



**Mariana Monteiro
de Almeida Pereira**

**A Responsabilidade Social e a performance nas PMEs
O papel da inovação**



**Mariana Monteiro
de Almeida Pereira**

**A Responsabilidade Social e a performance nas PMEs
O papel da inovação**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Economia, realizada sob a orientação científica do Doutor Celeste Maria Dias de Amorim Varum, Professor auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo Universidade de Aveiro.

Ao meu companheiro de todas as horas, obrigada por estares sempre comigo, Bean!

o júri

Presidente

Prof. Doutor Mara Teresa da Silva Madaleno

Professora auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Rosa Maria Correia Fernandes Portela Forte

Professora Auxiliar da Faculdade de Economia, Universidade do Porto

Prof. Doutor Celeste Maria Dias de Amorim Varum

Professora auxiliar do Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo da Universidade de Aveiro

agradecimentos

À minha querida irmã, a minha melhor amiga, por todo o apoio e motivação.

Aos meus pais por me encorajarem a percorrer este percurso e me ajudarem a tornar este sonho realidade.

Aos meus avós, as minhas estrelinhas, pelas boas recordações e infância maravilhosa!

Aos meus amigos, que fizeram deste um processo muito mais feliz. Obrigada por todos os momentos partilhados!

À minha orientadora, Professora Celeste Varum, por todos os ensinamentos, disponibilidade e dedicação. Muito obrigada!

Às empresas que responderam ao meu questionário. Muito obrigada pela vossa disponibilidade!

A todos os professores que, de certa forma, fizeram parte do meu percurso académico.

Obrigada!

palavras-chave

Responsabilidade Social Empresarial, Inovação, Performance, PMEs.

resumo

A Responsabilidade Social é fundamental para as empresas do séc. XXI, dada a crescente procura, da comunidade, por uma atitude mais responsável das mesmas. A incorporação da RSE como parte integrante da estratégia das empresas, motiva o estudo do seu impacto ao nível do desempenho empresarial. Por outro lado, a inovação é entendida como um fator de competitividade chave e um importante determinante da relação da RSE com a performance empresarial. Assim, esta dissertação contribui de forma totalmente inovadora, ao explorar a ligação entre RSE e a inovação neste contexto. Além disso, enriquece a literatura existente, que se encontra escassa relativamente a estudos sobre este tema, em contexto português. A não existência de um índice de RSE para Portugal, motivou o desenvolvimento de um instrumento novo e aplicado, através de um questionário, que permitiu a obtenção de um número significativo de respostas, possibilitando uma análise com metodologias econometricamente sólidas. Desta análise, direcionada às PMEs da região de Aveiro, concluiu-se que as atividades de RSE são importantes para a criação de valor nas empresas, apresentando um impacto positivo na evolução de todos os indicadores de performance apresentados. A Imagem e reputação global é destacada como o benefício, resultante destas práticas, mais significativo para as PMEs em estudo. A performance inovadora, apresenta-se, como elemento chave no acréscimo de valor da RS na performance financeira e na evolução das vendas. Especificando, ainda mais, esta análise, verificámos que diferentes atividades de RSE influenciam diferentes indicadores de performance empresarial. À semelhança da performance, a inovação mostra-se igualmente importante na adoção e frequência com as atividades de RSE são praticadas. Empresas com boa performance inovadora estão associadas a um nível superior de RSE. Estes resultados validam a importância da Responsabilidade Social como mecanismo importante para as empresas serem mais eficientes e lucrativas. Para além disso, estas práticas associadas a uma boa performance inovadora tornam-se ainda mais benéficas. Acreditamos no interesse deste trabalho enquanto fio condutor para a tomada de decisão consciente de gestores, criação de novas leis e, também, do interesse de investigadores académicos.

keywords

Corporate Social Responsibility, Innovation, Performance, SMEs.

Abstract

Social Responsibility is fundamental for 21st century companies, given the growing demand, in the community, for a more responsible attitude from them. An incorporation of CSR as an integral part of the companies' strategy, motivation, or study of its impact on their performance level. On the other hand, innovation is understood as an important competitive factor and a determinant of the relationship between CSR and business performance. Thus, this dissertation contributes in a totally innovative way, by exploring a link between CSR and innovation in this context. In addition, it contributes to the existing literature, which is scarce in relation to studies on this topic, in Portuguese context. The lack of an CSR index for Portugal, motivated the development of a new and applied instrument, through a questionnaire, which allows the use of a significant number of responses, allowing an analysis with economically used methods. This analysis, aimed at SMEs in the Aveiro region, concluded that CSR activities are important for creating value in companies, with a positive impact on the evolution of all performance indicators presented. The global image and reputation is highlighted as the most important benefit that results from these practices. Innovative performance is presented as a key element in the value of increasing the value of RS in financial performance and in the evolution of sales. Further specifying this analysis, it was found that different CSR activities influence different business performance indicators. Like performance, an innovation proves to be equally important in the adoption and frequency with which CSR activities are practiced. Companies with good innovative performance are associated with a higher level of CSR. These results validate the importance of Social Responsibility as an important mechanism for companies be more efficient and profitable. In addition, these practices associated with good innovative performance become even more beneficial. We believe in the interest of this work as the guiding thread for the conscious decision making of managers, the creation of new laws and, also, interest in academic researchers.

Índice

Índice.....	i
Índice Figuras.....	iii
Índice tabelas.....	iv
Lista Acrónimos.....	vi
1. Introdução.....	1
2. Revisão da Literatura.....	5
2.1. Noção de PME e o seu papel na estrutura económica.....	5
2.2. Responsabilidade Social Empresarial (RSE).....	8
2.2.1. Evolução do conceito RSE.....	8
2.2.2. As PMEs e a RSE.....	13
2.2.2.1. Obstáculos à adoção de atividades de RSE.....	16
2.2.2.2. Incentivos à adoção de atividades de RSE.....	18
2.2.3. RSE e performance.....	20
2.3. Inovação.....	25
2.3.1. Evolução do conceito de inovação.....	25
2.3.2. As PMEs e a inovação.....	26
2.3.2.1. Obstáculos à inovação.....	28
2.3.2.2. Incentivos à inovação.....	30
2.4. Inovação e RSE.....	32
2.5. Questões de investigação levantadas e contributo do estudo.....	34
3. Dados.....	35
3.1. Responsabilidade Social.....	36
3.1.1. Ambiente.....	36
3.1.2. Comunidade Local.....	37
3.1.3. Trabalhadores/colaboradores.....	37
3.1.4. Fornecedores.....	37
3.1.5. Clientes.....	37
3.2. Inovação.....	38
3.3. Performance.....	38
3.4. Caracterização da amostra.....	38
4. Metodologia.....	43
4.1. Determinantes da adoção e frequência das atividades de RSE nas empresas.....	43
4.2. Fatores que condicionam o impacto da Responsabilidade Social na performance.....	46
5. Resultados.....	49

5.1. Caracterização da RSE	49
5.1.1. Caracterização das várias áreas da RSE.....	53
5.1.1.1. Ambiente	53
5.1.1.2. Comunidade Local	54
5.1.1.3. Colaboradores	54
5.1.1.4. Fornecedores	54
5.1.1.5. Clientes.....	55
5.1.2. Motivações, objetivos e limitações na adoção de práticas de RSE	55
5.2. Caracterização da inovação.....	58
5.3. Perceção do impacto da Responsabilidade Social na performance das PME.....	62
5.4. Estudo econométrico	65
5.4.1. Determinantes da adoção e frequência das atividades de RSE	68
5.4.2. Determinantes do impacto da RSE nos indicadores de performance.....	72
6. Conclusões	81
Referências.....	85
Anexo	93

Índice Figuras

Figura 1-Esquema em pirâmide das principais áreas de RSE.	9
Figura 2 - Relações bidirecionais entre as partes interessadas e a empresa.	11
Figura 3- Caracterização da amostra.	39
Figura 4- Caracterização da amostra relativamente às principais prioridades referidas pelas empresas, com base nos últimos 3 anos.	41
Figura 5- Caracterização da amostra relativamente ao conhecimento sobre o conceito de RSE.	49
Figura 6- Caracterização da amostra relativamente à frequência com que as atividades de Responsabilidade são realizadas, considerando os últimos 3 anos.	50
Figura 7- Caracterização da amostra relativamente à estratégia de Responsabilidade Social na empresa, considerando os últimos 3 anos.	51
Figura 8- Perceção do impacto da Responsabilidade nos vários indicadores de performance, considerando os últimos 3 anos.	62

Índice tabelas

Tabela 1- Resumo dos principais critérios para categorizar uma empresa como PME, segundo a (Comissão Europeia, 2003).....	6
Tabela 2 - Principais características das PMEs.....	7
Tabela 3- Seleção de algumas definições de RSE consideradas relevantes por Carroll (1999)..	10
Tabela 4- Principais obstáculos à implementação de atividades de RSE nas PMEs.....	17
Tabela 5-Principais obstáculos à inovação nas PMEs.....	29
Tabela 6- Variáveis e parâmetros alvo de avaliação no questionário realizado.....	35
Tabela 7-Distribuição das empresas segundo o CAE (Divisão-2 dígitos).	39
Tabela 8- Caracterização da amostra relativamente a características específicas às empresas...	40
Tabela 9- Especificação das variáveis do Modelo 1 e 2.....	45
Tabela 10-Especificação das variáveis do Modelo 3.	47
Tabela 11-Caracterização da amostra relativamente à utilização de ferramentas formais de Responsabilidade Social.....	52
Tabela 12- Caracterização da amostra relativamente ao recebimento de prémios e incentivos ao investimento relacionados com a Responsabilidade Social.	52
Tabela 13- Principais motivações das empresas para ingressarem nas atividades de RSE, considerando os últimos 3 anos.....	57
Tabela 14- Principais objetivos das empresas na adoção de atividades de RSE, considerando os últimos 3 anos.	57
Tabela 15-Principais limitações das empresas para não ingressarem em atividades de RSE, considerando os últimos 3 anos.....	58
Tabela 16- Caracterização da amostra relativamente à existência de inputs (despesas e alocação de colaboradores para I&D) vs. outputs de inovação (registo de patentes e marcas).	59
Tabela 17- Caracterização da amostra relativamente aos diferentes tipos de inovação, considerando os últimos 3 anos.....	60
Tabela 18- Comparação de grupos de empresas inovadoras e não inovadoras com grupo que adotam e não adotam RSE, considerando os últimos 3 anos.	61
Tabela 19- Comparação de grupos de empresas inovadoras e não inovadoras com grupos que adotam ou não adotam RSE, por tipo de empresa, considerando os últimos 3 anos.....	61
Tabela 20- Matriz das correlações entre as variáveis do Modelo 1.	67
Tabela 21- Matriz das correlações entre as variáveis do Modelo 2.	67
Tabela 22- Matriz das correlações entre as variáveis do Modelo 3.	68
Tabela 23- Efeitos marginais das variáveis explicativas na adoção de atividades de RSE.	69
Tabela 24- Efeitos marginais das variáveis explicativas no nível de frequência das atividades de RSE.	71

Tabela 25- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação da performance financeira.....	75
Tabela 26- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação das vendas.....	76
Tabela 27- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação da eficiência dos processos.	76
Tabela 28- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na produtividade dos colaboradores.	77
Tabela 29- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação da satisfação dos colaboradores.	77
Tabela 30- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação da rotatividade dos colaboradores.....	78
Tabela 31- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação da imagem e reputação da empresa.....	78
Tabela 32-Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação da sustentabilidade ambiental.	79
Tabela 33- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação da competitividade global da empresa.	79
Tabela 34- Síntese dos principais objetivos e conclusões retiradas do estudo.....	83
Tabela 35-Percentagem(%) de empresas pelas diferentes atividades ambientais, considerando os últimos 3 anos.	93
Tabela 36-Percentagem(%) de empresas pelas diferentes atividades relacionadas com a comunidade local, considerando os últimos 3 anos.	94
Tabela 37- Percentagem(%) de empresas pelas diferentes atividades relacionadas com os colaboradores, considerando os últimos 3 anos.	95
Tabela 38- Percentagem(%) de empresas pelas diferentes atividades relacionadas com os fornecedores local, considerando os últimos 3 anos.	96
Tabela 39- Percentagem(%) de empresas pelas diferentes atividades relacionadas com os clientes, considerando os últimos 3 anos.....	96
Tabela 40- Caracterização da amostra relativamente ao nível de criação/adoção dos diferentes tipos de inovação, considerando os últimos 3 anos.....	97
Tabela 41-Sumário estatísticos das variáveis Modelo 1 e 2.....	98
Tabela 42- Sumário estatístico das variáveis Modelo 3.....	99

Lista Acrónimos

CAE- Classificação Portuguesa de Actividades Económicas

CIS- Community Innovation Survey

I&D-Investigação e Desenvolvimento

OECD- Organisation for Economic Co-operation and Development

PME- Pequena e Média Empresa

RS- Responsabilidade Social

RSE- Responsabilidade Social Empresarial

SBA- Small business act

UE- União Europeia

VAB- Valor acrescentado bruto

1. Introdução

Uma crescente preocupação com questões ambientais, a necessidade de criar uma boa reputação para com o consumidor e uma sociedade cada vez mais a exigir das empresas uma atitude socialmente responsável, criam um bom fundamento para que o estudo da Responsabilidade Social requiera uma atenção especial. De acordo com este pensamento, Hammann, Habisch, & Pechlaner (2009), afirmam que a importância da responsabilidade social corporativa tem vindo a aumentar gradualmente, a sociedade em geral espera das empresas, para além da oferta de bens e serviços, uma atitude mais envolvente para com a mesma (Cho, Chung, & Young, 2019). Para além disso, este tipo de atividades mostra-se importante para o ganho de novos investidores e clientes, que cada vez mais valorizam este tipo de atividade (Battaglia, Testa, Bianchi, Iraldo, & Frey, 2014).

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) diz respeito a um conjunto de atividades que visam melhorar a relação da empresa com as partes interessadas, bem como contribuir para a sociedade e para o meio ambiente (Comissão Europeia, 2001). Em Portugal, as práticas de RSE nas PME's estão muito aquém do desejado. A maior parte destas empresas exibem, ainda, baixos níveis de Responsabilidade Social (Ferreira & Gabriel, 2019). Esta pouca adesão pode ser explicada pelas limitações financeiras, que são características das empresas de menor dimensão (Mendibil, Hernandez, Espinach, Garriga, & Macgregor, 2007). Vários estudos confirmam que os principais impedimentos, exibidos pelas PME's (Pequenas e médias empresas) portuguesas na adoção destas práticas, estão muito relacionadas com a falta de recursos monetários e na necessidade de existir mais suporte a nível público (Laudal, 2011; Santos, 2011; Sweeney, 2007).

Nas últimas décadas, mais que uma atitude responsável, este tipo de atividades tem ganho uma dimensão económica. Com a RSE a ser vista como uma possível estratégia a implementar pelas empresas os estudos sobre o seu impacto na performance empresarial passam a ser recorrentes (Lee, 2008). Para além disso, a principal motivação para a adoção de práticas de RSE, evidenciadas pelas empresas, tem sido o desejo do aumento da lucratividade das mesmas (European Commission, 2012; Santos, 2011), confirmando a necessidade da existência deste tipo de estudo, no sentido de fornecer informação para a tomada de decisão sobre esta temática.

Muitos são os autores que defendem uma relação positiva entre a Responsabilidade Social e a performance financeira (Burlea-Schiopoiu & Mihai, 2019; Cho et al., 2019; Reverte, Gómez-Melero, & Cegarra-Navarro, 2016; Wang, Dou, & Jia, 2015). Outros benefícios como a reputação da empresa (Akben-Selcuk, 2019; Busch & Friede, 2018; Hammann et al., 2009) e performance de mercado (Battaglia et al., 2014; Cho et al., 2019; Prado-Lorenzo, Gallego-Álvarez, García-Sánchez, & Rodríguez-Domínguez, 2008), são igualmente referidos.

A importância da Responsabilidade Social para o bom desempenho das empresas evidenciada na literatura, serviu como base à questão principal deste trabalho, que passa por analisar o impacto da Responsabilidade Social na performance das PMEs. Contudo, dada a existência de escassez de recursos financeiros, associada a este tipo de empresa, e as barreiras exibidas pelas empresas na adoção de atividades de RSE, esta análise precisa de ter como complemento o estudo sobre os determinantes que condicionam esta relação.

No conjunto destes determinantes, a inovação ocupa um lugar de destaque. Na literatura esta é caracterizada por estabelecer uma relação positiva com a Responsabilidade Social, como no impacto que esta tem na performance. Vários autores validam uma causalidade positiva da inovação no nível de RS, bem como no valor que a mesma proporciona à empresa (Canh et al., 2019; Mendibil et al., 2007; Shen et al., 2018), ou seja, a inovação é vista como um elemento chave para que a Responsabilidade Social possa proporcionar benefícios à empresa ao nível da performance, reforçando assim, a necessidade do estudo destas duas variáveis em simultâneo.

Vários autores defendem que a Responsabilidade Social numa empresa só irá proporcionar benefícios sustentáveis e valor à mesma se esta estiver vinculada na estratégia da empresa (Martinez-Conesa, Soto-Acosta, & Palacios-Manzano, 2017; Mendibil et al., 2007). A dimensão é, também, um condicionante importante. A relação entre a RSE e a performance empresarial torna-se mais forte à medida que o tamanho da empresa aumenta, mesmo dentro da categoria PME (Choi, Kim, & Yang, 2018). Uma relação mais forte verifica-se, também, para empresas de alta tecnologia. Outros autores como Martinez-Conesa et al. (2017), Mendibil et al. (2007) e Torugsa et al. (2012) afirmam que a RSE numa abordagem proativa é uma estratégia necessária para que as PMEs possam desfrutar de melhorias na performance financeira, como de outros benefícios. Já Fonseca & Ferro (2016), verificam uma homogeneidade em todos os setores, relativamente ao impacto positivo da RSE na performance empresarial.

Evidenciada a relação positiva que existe entre indicadores de performance e a Responsabilidade Social na literatura, revela-se, igualmente, a necessidade de estudar os determinantes da adoção e frequência com que as atividades são realizadas. Estas duas questões serão, também, alvo de análise deste estudo.

Para além de influenciar a relação da RS com a performance, a inovação apresenta ser um determinante importante para a adoção e frequência com que as atividades são realizadas, favorecendo as mesmas. Muitos são os autores que suportam esta relação (Korra et al., 2018; Martinez-Conesa et al., 2017; Reverte et al., 2016). Outros fatores como o tamanho (Ferreira & Gabriel, 2019; Santos, 2011; Sweeney, 2007), idade (Ferreira & Gabriel, 2019), atividades de exportação (Laudal, 2011), estratégia em RSE (Santos, 2011; Mendibil et al., 2007) e certificação formal (Ferreira & Gabriel, 2019) são, também, apresentados como condicionantes favoráveis para a adoção e frequência das atividades.

Apesar da maioria dos estudos deste âmbito ser direcionado para empresas de grande dimensão, as PME's como objeto de estudo são igualmente importantes (Comissão das Comunidades Europeias, 2001; Laudal, 2011). A RSE apresenta uma importância acrescida para as PME's, comparativamente às grandes empresas (Santos, 2011), pois é vista como uma possibilidade para melhorar a eficiência das empresas. Adicionalmente, um bom desempenho da RSE numa PME torna-se numa vantagem competitiva muito valiosa dada a sua exclusividade, já que esta área, para as empresas de pequena e média dimensão, é pouco acessível tendo em conta a falta de conhecimento e dos custos inerentes (Laudal, 2011).

Este estudo, dirigido às PME's da região de Aveiro, pretende contribuir para um conhecimento destas práticas nas PME's portuguesas, através da caracterização das mesmas, bem como da inovação. De uma forma sintética, o conjunto de questões pertinentes, a que procurará responder este estudo, são:

- I. Como se caracteriza a RSE e a inovação nas PME's, da região de Aveiro?
- II. Quais os fatores que determinam a adoção e frequência destas atividades?
- III. Qual o impacto da RSE na performance das PME's?
- IV. Qual o papel da inovação nesta relação?

Para dar resposta a estas questões de investigação propostas, foi realizado um questionário baseado na literatura já existente. Este questionário direcionado às PME's da região de Aveiro, analisará o grau de envolvimento, das empresas, em atividades de Responsabilidade social, bem como o respetivo impacto em indicadores de performance. A performance de inovação, também, será alvo de análise de modo a verificar o seu papel na interação com a Responsabilidade Social e no impacto que esta tem na performance. O desenvolvimento de um questionário, instrumento novo e aplicado, permitiu obter um número significativo de respostas, possibilitando uma análise com metodologias econometricamente sólidas.

O principal contributo, deste estudo, para a literatura existente prende-se pela escolha do país analisado, Portugal, sendo este limitado à região de Aveiro. Devido à carência de estudos que analisem as práticas de Responsabilidade Social, bem como o impacto destas na performance e o respetivo efeito moderador da inovação para Portugal e para as PME's. A escolha do tipo de empresa enriquece, também, a literatura existente, uma vez que a maioria dos estudos neste âmbito se direciona para empresas de grande dimensão (Rosenbusch, Brinckmann, & Bausch, 2011; Santos, 2011).

Para organizar logicamente a estrutura do trabalho, este será composto por cinco capítulos, nomeadamente: enquadramento teórico, dados, metodologia, resultados e conclusão. Numa primeira fase, será introduzida uma contextualização teórica, de forma a sintetizar a literatura existente sobre o tema. Numa vertente mais prática, será exibido o método de recolha,

as variáveis analisadas, bem como a metodologia usada no tratamento de dados. Consequentemente serão expostos os resultados obtidos, com base na metodologia efetuada. Por fim, teremos a conclusão onde serão apresentadas as principais considerações finais retiradas do estudo realizado, bem como as respectivas limitações e recomendações futuras.

2. Revisão da Literatura

O enquadramento teórico será composto por duas secções principais: Responsabilidade Social e inovação. O objetivo deste estudo, como já foi referido, consiste em analisar as práticas de Responsabilidade nas PME's, na região de Aveiro, bem como os benefícios que estas atividades proporcionam em vários indicadores de performance, não descurando do papel de inovação nesta análise, que se releva importante.

Ao longo da revisão de literatura será exposto um conjunto de informação relativo a este tema. Primeiramente, numa vertente introdutória, importa definir o conceito PME e a importância que este tipo de empresa, com base nas suas características singulares, apresenta para a economia em geral. No que respeita ao conceito de RSE, que é a principal variável em estudo, e o conceito de Inovação, estes serão expostos no capítulo correspondente. Para além desta base introdutória, ao longo da revisão será apresentada uma caracterização de práticas de RSE e de Inovação, tanto nas PME's, como das mesmas em contexto português.

Focando no tema de Responsabilidade Social, serão apresentados os principais benefícios que estas proporcionam em vários indicadores de performance, evidenciados por vários autores. Assim como, a influência que a inovação tem nestas práticas e no respetivo impacto que estas proporcionam na performance empresarial.

2.1. Noção de PME e o seu papel na estrutura económica

Antes de tudo, para uma abordagem sobre as PME's, é de grande importância referir como se define este conceito no contexto Europeu, uma vez que existem várias definições consoante o território. Desta forma, segundo a Recomendação da Comissão (2003/361/CE), a aplicação deste conceito é recomendada a todos os Estados Membros. Este conceito torna mais fácil comparar, analisar e desenvolver novos estudos relativamente à temática inerente às PME's, dentro da própria comunidade Europeia. De acordo com o mesmo documento, define-se, então, que "...a categoria das micro, pequenas e médias empresas (PME) é constituída por empresas que empregam menos de 250 pessoas e cujo volume de negócios anual não excede 50 milhões de euros ou cujo balanço total anual não excede 43 milhões de euros" (Comissão Europeia, 2003, p.4). Para além destes limites, é necessário ter em conta o critério da independência do capital. Uma PME, para ser considerada como tal, não poderá exceder os 25% no que respeita à detenção de capital ou de direitos de voto em outra ou outras empresas e/ou agentes externos não detiverem mais de 25% do capital ou dos direitos de voto na sua empresa. Contudo é de salientar que existem exceções. Uma empresa com uma participação superior a 25% é, ainda, considerada independente se os investidores forem, por exemplo, universidades, investidores institucionais e autoridades locais (ver artigo 3º da Recomendação da Comissão (2003/361/CE)). Na Tabela 1, podemos verificar, em forma sintetizada, os principais critérios para categorizar uma empresa como PME.

Tabela 1- Resumo dos principais critérios para categorizar uma empresa como PME, segundo a (Comissão Europeia, 2003).

Tipo de empresa	Número de empregados anual	Volume de negócios anual	Balanço total anual	Critério da independência
Médias	<250	≤50 milhões €	≤43 milhões €	≤ 25 % detenção de capital ou direitos de votos (na empresa ou em outras empresas)
Pequenas	<50	≤10 milhões €	≤10 milhões €	
Micro	<10	≤2 milhões €	≤2 milhões €	

Fonte: Elaboração própria.

Papel das PMEs na estrutura económica e principais características

As PMEs, tanto na Europa como em Portugal, desempenham um papel fundamental na estrutura económica. Nas palavras de Günter Verheugen, membro da Comissão Europeia e responsável pelas Empresas e a Indústria, afirma que “As micro, pequenas e médias empresas são o motor da economia europeia. São uma fonte essencial de postos de trabalho, desenvolvem o espírito empresarial e a inovação na UE, sendo por isso cruciais para fomentar a competitividade e o emprego” (Comissão Europeia, 2006a, p.3).

Em 2018, segundo European Commission (2019) no total de empresas Europeias, cerca de 99.8% eram PMEs. Portugal não é exceção, apresentando uma média de 99.9%. No emprego estas empresas ocupam, também, um lugar de destaque. Em Portugal, as PMEs são responsáveis por 77.4% do emprego total, mais uma vez valor este superior à média da União Europeia (66.6%). De 2016 para 2018, na União Europeia, 60 % do aumento do VAB foi contributo das PMEs, sendo que em Portugal, no ano de 2018, o valor acrescentado por estas empresas diz respeito a 68.3 % e 56.4% para a União Europeia (European Commission, 2019).

A presença elevada das PMEs no tecido empresarial é explicada, por vários autores, através da exposição de um conjunto de características inerentes a este tipo de empresa. Para Erixon (2009), em comparação com as empresas de maior dimensão, as PMEs apresentam vantagens ao nível da flexibilidade, empreendedorismo e inovação. Segundo o autor empresas menores são mais inovadoras. E porquê? Para as grandes empresas, que são mais burocráticas, a inovação acarreta riscos e incertezas que estas preferem evitar. Já para as PMEs, a inovação é vista como uma estratégica central para o crescimento. Segundo o mesmo autor, “As PME são consideravelmente mais empreendedoras que as grandes empresas. Ter uma inclinação empreendedora é a chave para a sobrevivência a longo prazo de uma empresa. As PMEs podem sobreviver em condições muito mais difíceis de competitividade internacional do que as grandes empresas” (p.299). No que respeita à flexibilidade, este tipo de empresa é mais sensível a alterações na procura e flexibilidade salarial. Erixon (2009) explica, como a maioria das PMEs

são empresas familiares, pode ocorrer a redução de custos de mão-de-obra através da diminuição dos salários a membros da família ativos na empresa, esta diminuição é aceitável devido à grande flexibilidade salarial que caracteriza este tipo de empresa.

Ortega-Argilés, Potters, & Voigt (2009) evidenciam como vantagens para as PMEs, para além da flexibilidade e inovação, o dinamismo e adaptabilidade a novos ambientes. Como desvantagens apresentam as restrições no acesso de crédito, bem como a existência de recursos internos mais escassos e menos liquidez que as PMEs apresentam (Erixon, 2009). Contrariamente as grandes empresas que expõem uma maior facilidade neste âmbito.

Posto isto, podemos sumariar que as PMEs são a parte mais representativa do tecido empresarial, um contributo muito importante para a criação de postos de trabalho, desempenhando, assim, um papel central na estrutura económica. Contudo, apresentam as suas limitações. A exibição das principais características deste tipo de empresa (Tabela 2) poderá ser útil para analisar, de forma mais crítica, os principais resultados deste estudo.

Tabela 2 - Principais características das PMEs.

PMEs	Características	Autor
	Flexibilidade	(Erixon, 2009; Ortega-Argilés et al., 2009)
Vantagens	Fonte de criação de inovação	(Cohen & Klepper, 1996; Erixon, 2009; Hashi & Stojčić, 2013; Ortega-Argilés et al., 2009; Santoro, 2017)
	Rápida adaptação	(Ortega-Argilés et al., 2009)
	Empreendedorismo	(Erixon, 2009)
	Recursos internos escassos	(Erixon, 2009)
	Restrição no acesso a crédito	(Ortega-Argilés et al., 2009)
Desvantagens	Baixa liquidez	(Erixon, 2009)
	Baixo investimento em I&D	(Cohen & Klepper, 1996; Hashi & Stojčić, 2013)

Fonte: Elaboração própria.

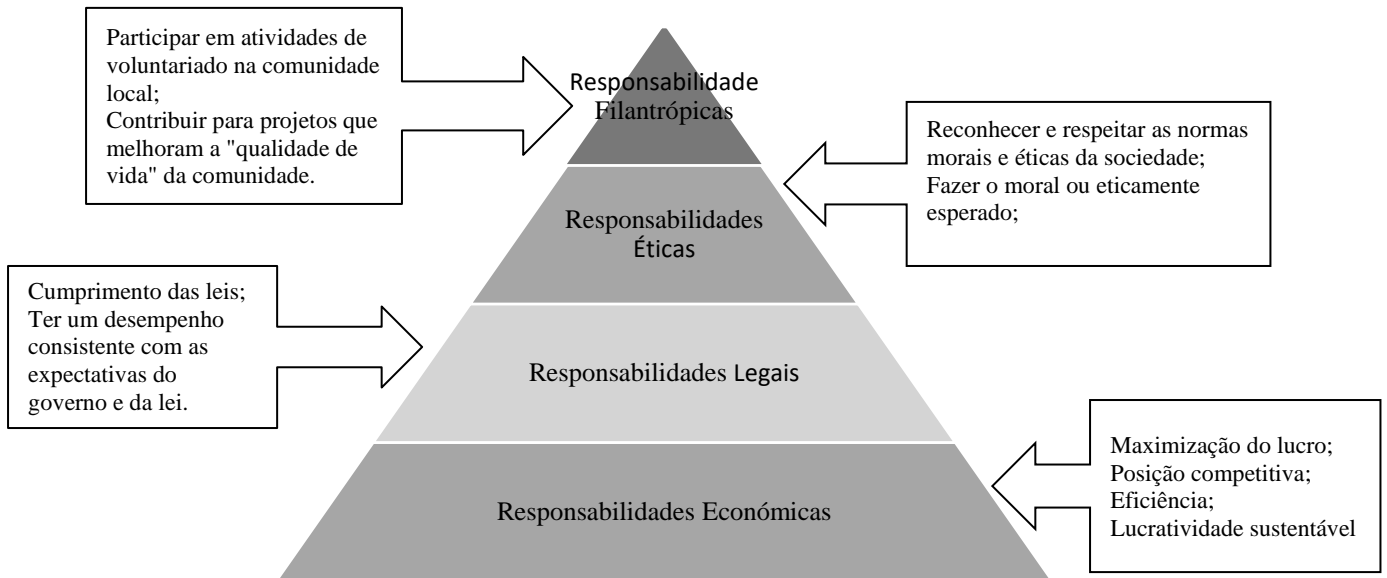
2.2. Responsabilidade Social Empresarial (RSE)

2.2.1. Evolução do conceito RSE

O conceito de Responsabilidade Social Empresarial tem vindo a alterar-se e a evoluir ao longo do tempo, tornando-se mais específico (Carroll, 1999). Contudo, dada a existência de inúmeras definições (ver Tabela 3), não existe um consenso sobre o mesmo. A década de 50 é um marco importante para literatura desta temática. Iniciada por Howard R. Bowen, considerado Pai da RSE, com a publicação do livro *Social Responsibilities of the Businessman* é iniciada a fase moderna da literatura da Responsabilidade Social, sendo atribuída uma conotação empresarial a este conceito (Responsabilidade Social Corporativa), o que não se verificou anteriormente (Carroll, 1999). Bowen (1953) afirma que Responsabilidade Social baseia-se num conjunto de obrigações que o empresário deve seguir, de forma a ir ao encontro dos valores socialmente desejáveis. Nas suas palavras, sinónimos de Responsabilidade Social podem ser “responsabilidade pública, “obrigações sociais” e “moralidade empresarial”, evidenciando, assim, a influência que as decisões empresariais podem ter na sociedade em geral.

Para Carrol (1983), a RSE é composta por quatro dimensões: económica, jurídica, ética e filantrópica. Aprofundando esta vertente, Carroll (1991) aborda estas quatro áreas, apresentando-as em forma de pirâmide, estando a Responsabilidade Económica na base e as restantes subjacentes à mesma (Fig.1). No que respeita à Responsabilidade Económica, para a empresa a maximização do lucro deve ser algo presente em cada decisão. Não sendo economicamente viável esta deixa de ser prioritária. Para além da vertente económica, espera-se que as empresas cumpram as obrigações legais estabelecidas. Na terceira fase da pirâmide temos as Responsabilidades éticas. Neste tipo de RSE, estão refletidas as atividades e práticas que não estão especificadas em forma de lei, mas que são esperadas pela sociedade. “As responsabilidades éticas incorporam os padrões, normas ou expectativas que refletem uma preocupação com o que os consumidores, funcionários, acionistas e a comunidade consideram justos ou compatíveis com o respeito ou a proteção dos direitos morais das partes interessadas” (Carroll, 1991, p. 41). Por fim, mas não menos importante, temos as Responsabilidades Filantrópicas que dizem respeito a um papel ativo da empresa na comunidade e na qualidade de vida da mesma (Carroll, 1991). Não sendo mutuamente exclusivas, e relacionadas entre si, estas responsabilidades devem ser executadas em simultâneo. Uma empresa para ser considerada Socialmente Responsável, terá de verificar cada componente apresentada na pirâmide.

Figura 1-Esquema em pirâmide das principais áreas de RSE.



Fonte: Adaptado de (Carroll, 1991, p.43).

Contudo, Schwartz & Carroll (2003), ao evidenciar algumas falhas relativamente à forma de representação, em pirâmide, exposta por Carroll (1991), apresentam uma nova abordagem. Esta diferente abordagem consiste na exposição, em um modelo de Venn, de três domínios principais de RSE: Económica, Legal e Ética. Nesta nova representação as responsabilidades filantrópicas são incluídas na parte ética da RSE, dada a sua semelhança com a mesma. Outro dos fatores distintos remete para a eliminação da possível existência de uma hierarquia entre as responsabilidades (não sendo o propósito de Carroll (1991)). O uso de um diagrama de Venn sugere que todas as responsabilidades têm o mesmo grau de importância e que estas estão relacionadas entre si. Contrariamente a Carroll (1991), Schwartz & Carroll (2003) especificam com maior profundidade as categorias apresentadas, apesar da existência de semelhanças com a mesma.

Abordando a literatura mais atual, no Livro Verde da Comissão Europeia, podemos ver a definição de RSE num contexto em que “as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. Esta responsabilidade manifesta-se em relação aos trabalhadores e, mais genericamente, em relação a todas as partes interessadas afetadas pela empresa e que, por seu turno, podem influenciar os seus resultados”(Comissão Europeia, 2001, p.4). Apesar da base voluntária, a legislação pode ser utilizada com o intuito de criar condições mais vantajosas para adoção deste tipo de atividades nas empresas (Comissão Europeia, 2011).

Tabela 3- Seleção de algumas definições de RSE consideradas relevantes por Carroll (1999).

(Bowen, 1953, p.6)	“Refere-se às obrigações dos empresários de seguir essas políticas, tomar essas decisões ou seguir as linhas de ação desejáveis em termos dos objetivos e valores da nossa sociedade.”
(Davis, 1960, p.70)	“...decisões e ações de empresários tomadas por razões pelo menos parcialmente além do interesse direto económico ou técnico da empresa.”
(Johnson, 1971, p.50)	“Uma empresa socialmente responsável é aquela cuja equipa administrativa equilibra uma multiplicidade de interesses. Em vez de buscar apenas lucros maiores para seus acionistas, uma empresa responsável também leva em conta funcionários, fornecedores, revendedores, comunidades locais e a nação.”
(Carroll, 1979, p.500)	“A responsabilidade social dos negócios abrange as expectativas económicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem das organizações em um determinado momento.”
(Jones, 1980, p.59-60)	“Responsabilidade social corporativa é a noção de que as empresas têm a obrigação de constituir grupos na sociedade que não sejam acionistas e além do estabelecido por lei e contrato sindical. (...). Primeiro, a obrigação deve ser adotada voluntariamente; (...) Segundo, a obrigação é ampla, estendendo-se além do dever tradicional dos acionistas para outros grupos da sociedade, como clientes, funcionários, fornecedores e comunidades vizinhas.”
(Epstein, 1987, p.104)	“A responsabilidade social corporativa refere-se principalmente à obtenção de resultados de decisões organizacionais referentes a questões ou problemas específicos que (por algum padrão normativo) têm efeitos benéficos, em vez de adversos, sobre as partes interessadas corporativas pertinentes.”
(Comissão Europeia, 2001, p.4)	“...as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. Esta responsabilidade manifesta-se em relação aos trabalhadores e, mais genericamente, em relação a todas as partes interessadas afetadas pela empresa e que, por seu turno, podem influenciar os seus resultados.”

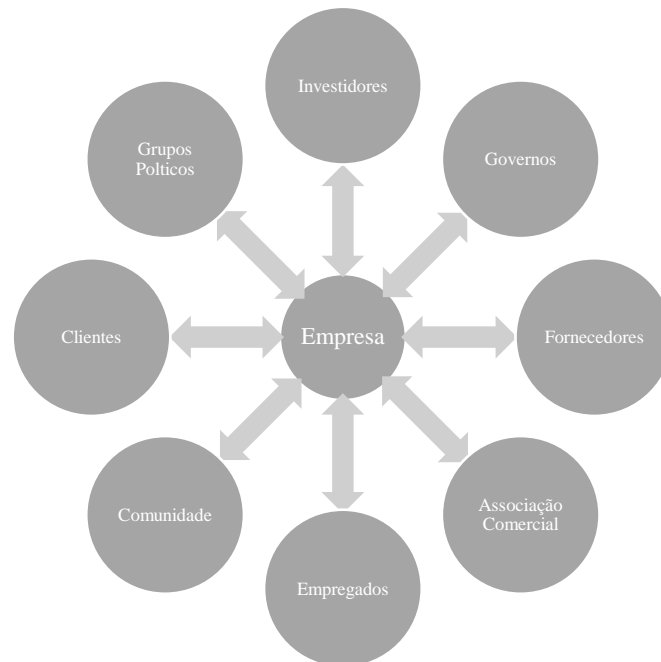
Fonte: Elaboração própria.

Teoria das partes interessadas e áreas da Responsabilidade Social

Uma das teorias importantes de referir nesta temática, diz respeito à Teoria das Partes Interessadas (*Stakeholder theory*). Como verificámos anteriormente, a Responsabilidade Social nas empresas está muito relacionada com atividades que visam estabelecer relações mais favoráveis com as partes interessadas da empresa e com o meio ambiente, ou seja, a identificação dessas partes é uma etapa importante na implementação dessas práticas.

Por partes interessadas (*stakeholder*), entende-se um grupo ou um certo indivíduo, que ao estabelecer relações com a empresa, afeta ou pode ser afetado no processo de realização dos objetivos da mesma (Freeman, 1984). E quem são essas partes interessadas? Donaldson & Preston (1995) esquematizam os principais grupos/indivíduos que se relacionam com uma empresa, de acordo com a teoria. Na Fig.2 podemos observar que as partes interessadas de uma empresa podem ser constituídas por investidores, governo, fornecedores, associação comercial, empregados, comunidade, clientes e, por fim, grupos políticos. Para além disso, estas relações estabelecidas entre a empresa e as diferentes partes são realizadas de forma bidirecional e com a mesma intensidade (Donaldson & Preston, 1995).

Figura 2 - Relações bidirecionais entre as partes interessadas e a empresa.



Fonte: Adaptado de Donaldson & Preston (1995).

Áreas da Responsabilidade Social

Como já foi mencionado, a identificação dos *stakeholders* de uma organização, possibilita uma melhor compreensão do impacto que as atividades em RSE podem proporcionar à performance empresarial (Perrini, Russo, Tencati, & Vurro, 2011). Com a síntese de alguma literatura, estes autores, analisam os mecanismos pelos quais os esforços em RSE, através das partes interessadas, estimulam o desempenho financeiro das empresas. Por exemplo, a realização de atividades de RSE relacionadas com investimentos em projetos de desenvolvimento comunitário (sociedade), inclusão de critérios de RSE na seleção de fornecedores (fornecedores) e prevenção da poluição (meio ambiente), melhoram a performance de uma empresa através de uma maior oferta de oportunidades, ganho de vantagem competitiva e eficiência operacional (Perrini, Russo, Tencati, & Vurro, 2011).

Baseando-se, também, na Teoria das partes interessadas, os autores Battaglia, Testa, Bianchi, Iraldo, & Frey (2014), estabelecem cinco áreas relacionadas com Responsabilidade Social, para estudar o impacto que RSE pode proporcionar à performance empresarial, através de vários indicadores. Estas áreas correspondem à categoria ambiente, local de trabalho (recursos humanos), comunidade, mercado e RSE formal. A categoria ambiente, refere-se a atividades que as empresas adotam de forma a diminuir o seu impacto negativo no meio ambiente, por exemplo: medidas de eficiência energética, reciclagem e redução de poluentes. Na responsabilidade social relacionada com o local trabalho, são compreendidas questões como condições salariais e de trabalho, saúde, segurança e direitos humanos. Já no que respeita à comunidade, esta remete-nos para a relação da empresa com a comunidade, enquadrando-se atividades como a adesão a iniciativas éticas e / ou ambientais em nível internacional e promoção de iniciativas em favor das comunidades locais. Passando para a área relacionada com o mercado, esta refere-se às relações da empresa com os fornecedores, clientes e outros agentes económicos. Por fim, é também atribuída uma componente formal à RSE, esta abrange ferramentas como rótulos de sustentabilidade, certificação de sistemas de gestão e relatórios de sustentabilidade. No que respeita à certificação temos como exemplos a certificação ISSO 260000, ISSO 9001, certificado de qualidade, SMETA, NP 4469-1, PEFC e FSC, entre outros.

2.2.2. As PME's e a RSE

As grandes empresas e as multinacionais apresentam-se como grandes promotoras de RSE, no entanto não devemos esquecer outros tipos de empresas, como o caso das PME's, que são igualmente importantes (Comissão das Comunidades Europeias, 2001; Laudal, 2011). Aliás, a RSE apresenta uma importância acrescida para as PME's, comparativamente às grandes empresas (Santos, 2011). E porquê? Como já foi referido neste estudo, as PME's exibem restrições ao nível de recursos financeiros, tanto internos como externos. Posto isto, a RSE nas PME's é vista como uma possibilidade para melhorar a eficiência das empresas, através da colaboração com a comunidade local, redução de impactos negativos no meio ambiente e da melhoria do relacionamento com os clientes e funcionários (Santos, 2011).

Contudo, o processo de adoção destas práticas, nas PME's, tem sido realizado de forma mais lenta comparativamente a outros tipos de empresas, o que pode ser explicado, também, pelas limitações que empresas desta dimensão apresentam (Mendibil, Hernandez, Espinach, Garriga, & Macgregor, 2007). Um bom desempenho da RSE numa PME torna-se numa vantagem competitiva muito valiosa dada a sua exclusividade, já que esta área, para as empresas de pequena e média dimensão, é pouco acessível dada a falta de conhecimento e dos custos inerentes (Laudal, 2011). Apesar das PME's serem menos adeptas deste tipo de atividades, estas são dotadas de oportunidades no que respeita à proximidade da relação com as partes interessadas, dada a flexibilidade que este tipo de empresa apresenta (Erixon, 2009; Ortega-Argilés et al., 2009), torna-se mais fácil para estas adaptarem-se às mudanças que as mesmas exigem (Sweeney, 2007).

Interessa, também, perceber quais os motivos ponderados pelas empresas no que respeita à adoção deste tipo de atividade, ou seja, quais os incentivos que levam as empresas a realizar atividades no âmbito da RSE. Santos (2011) apresenta quatro principais motivos reportadas pelas PME's portuguesas. Destes fazem parte uma melhoria na performance empresarial, satisfação dos trabalhadores, maior nível de lealdade dos seus clientes e consumidores, bem como por motivos éticos e cívicos. Já para Inyang (2013), as motivações podem ser diferenciadas em motivações internas e externas. Sendo que as internas dizem respeito à obtenção de benefícios, como o aumento dos retornos, lealdade dos clientes e um melhoramento da imagem e reputação da empresa. Já as motivações externas estão relacionadas com a pressão da comunidade e dos parceiros de negócios, e também com o cumprimento da legislação. Abordando os potenciais benefícios gerados, pela adoção deste tipo de atividades, as empresas esperam uma melhoria na reputação entre as partes interessadas, uma maior motivação dos empregados, aumento da qualidade e da produtividade na empresa (Santos, 2011).

Podemos, também, resumir algumas das características apresentadas pelas PME's no que respeita às estratégias de RSE. A maioria das PME's afirma que não vê a RSE como parte integrante da estratégia da empresa, considerando-a apenas como algo que é praticado

ocasionalmente e numa abordagem informal (Santos, 2011; Mendibil et al., 2007), devido aos custos inerentes à formalidade (Battaglia et al., 2014). Vários autores defendem que a Responsabilidade Social numa empresa só irá proporcionar benefícios e valor à mesma se esta estiver vinculada na estratégia da empresa (Martinez-Conesa, Soto-Acosta, & Palacios-Manzano, 2017; Mendibil et al., 2007), sendo que as empresas que têm as atividades de RSE como parte integrante da estratégia exibem benefícios mais sustentáveis (Mendibil et al., 2007). Já as empresas que estabelecem a RSE como parte da estratégia da empresa fazem-no por motivos económicos, não pesando tanto a parte social (Vo, Delchet-Cochet, & Akeb, 2015).

As atividades de RSE podem ser classificadas como estando relacionadas com práticas ambientais, no âmbito da atividade da empresa, com o meio interno ou, então, com o meio externo à mesma. Santos (2011), reúne um conjunto de atividades mais frequentes para cada uma das classificações. No que respeita à primeira, foi notório que dentro da categoria “ambiente” as atividades mais frequentes baseiam-se na reciclagem e separação de resíduos, de forma a minimizar o impacto ao nível da poluição. Abordando as práticas relacionadas com atividade empresarial, as mencionadas com maior frequência baseiam-se na adaptação às necessidades dos clientes, dos produtos/serviços oferecidos, na disponibilização de informação da utilização e, também, na segurança e confiabilidade dos mesmos. Numa vertente mais relacionada com os recursos humanos (meio interno), a assistência médica no local de trabalho, igualdade de oportunidades e a existência de reuniões internas são as atividades mais mencionadas. Por fim, temos o meio externo, em que são referidas práticas como a oferta de doações, patrocínios de eventos e de bolsas de estudo.

A dimensão correspondente aos Recursos Humanos, é indicada como a atividade com maior relevo para as PME's. De forma geral é notório que, quando praticadas, as atividades de RSE, direcionam-se para uma vertente interna da empresa, com o intuito de aumentar a eficiência da mesma, como por exemplo a redução de custos, motivação dos trabalhadores e uma maior aproximação aos clientes (Santos, 2011). Também foi visível, que a grande maioria não sabe exatamente qual o conceito por detrás da RSE, vendo esta apenas como algo relacionado com o cumprimento da legislação (Carroll, 1991; Mendibil et al., 2007), o que pode tornar-se numa limitação.

No que respeita à diversidade das atividades de RSE praticadas, Sweeney (2007) afirma que a heterogeneidade e a dimensão destas atividades variam de forma positiva com o tamanho da empresa (de acordo com Santos (2011)), ou seja, as grandes empresas, comparativamente às PME's, apresentam mais variedade de atividades de RSE e, também, estas são em maior número. De acordo com esta ideia, Ferreira & Gabriel (2019), ao analisar PME's portuguesas verificam que, dentro desta categoria, empresas maiores (50 a 249 empregados) tendem a ter níveis mais altos de RSE. Para além do fator tamanho, existem outras características inerentes às empresas

que condicionam o grau de RSE numa determinada empresa. A idade é uma dessas condicionantes. Quanto mais jovem for uma empresa menor é o seu nível de práticas de RSE, o mesmo se aplica ao caso da empresa não ser certificada (Ferreira & Gabriel, 2019). A personalidade do gestor, que nas maiorias das vezes corresponde ao proprietário da empresa, também influencia a decisão sobre a adoção ou não destas práticas, (Morsing & Perrini, 2009; Santos, 2011). Como os proprietários estão muito focados na viabilidade económica, isto é na lucratividade, estas práticas irão depender muito dessa componente (Lee, Herold, & Yu, 2016). A internacionalização, nas PMEs, pode ser vista como um impulsionador para as atividades de RSE, uma vez que a entrada em mercados estrangeiro aumenta o número de partes interessadas e para diminuir o risco a empresa é forçada a adotar este tipo de atividades (Laudal, 2011).

Para além de características específicas à empresa, como o tamanho, idade e a personalidade do gestor, a intensidade da RSE também varia com outro tipo de fatores exógenos à empresa. A localização geográfica é vista, de acordo com Santos (2011), como um desses aspetos diferenciadores, afirmando que os países mais localizados a norte da Europa são os que expõem maiores níveis de RSE nas empresas. No caso de Portugal este situa-se numa posição intermédia juntamente com a Bélgica e Alemanha (entre outros). Isto pode advir de tradições e até mesmo da cultura característica do país analisado (Observatory of Europeans SMEs, 2002).

A realidade portuguesa não se afasta muito do verificado na literatura de outros países, as PMEs portuguesas estão ainda muito aquém do desejado ao nível das RSE, em que grande parte destas empresas ainda possui baixas práticas de RSE (Ferreira & Gabriel, 2019). Apesar da pouca popularidade deste tema entre as PMEs na sua generalidade, estas percebem que a mesma representa uma fator importante para a atração de grandes clientes e, também, de clientes internacionais, que cada vez mais, exigem esse tipo de requisitos (Morsing & Perrini, 2009). Para esta realidade melhorar é necessário conhecer quais são as limitações e consequentemente proporcionar incentivos para que esta lacuna seja preenchida.

2.2.2.1. Obstáculos à adoção de atividades de RSE

Na literatura, apesar de escassa, existe um conjunto de fatores considerados como limitações na adoção de atividades de RSE nas PMEs. Sweeney (2007) através da realização de um inquérito direcionado, tanto a PMEs, como a grandes empresas irlandesas, verificou que as PMEs consideram como limitação à adoção de atividades de RSE, a existência de custos associados às mesmas. Contudo, as grandes empresas consideram como limitações para as PMEs, a falta de recursos financeiros, humanos e escassez de tempo. Para além disso, elas consideram que as PMEs atribuem uma importância menor à RSE por pensarem que esta não se enquadra nesse tipo de empresa, sendo mais um problema das grandes empresas.

Identificando as mesmas barreiras, à exceção da falta de recursos financeiros e humanos, Inyang (2013), acrescenta como fatores que inibem a adesão a este tipo de atividades, por parte das PMEs, o receio de custos burocráticos adicionais, a falta de incentivos, os apoios/orientação e a falta de conhecimento/ informação sobre este tipo de práticas, bem como dos benefícios que estas podem proporcionar. A perceção de que este tipo de práticas não proporciona benefícios económicos por uma parte das PMEs torna-se, também, numa limitação (Santos, 2011), bem como a falta de capacidade de elaborar as próprias políticas de RSE na empresa (Laudal, 2011). Já para Székely & Knirsch (2005) o principal impedimento baseia-se muito na falta de ferramentas para a medição do impacto que estas práticas possam proporcionar a longo prazo, bem como a falta destas estarem integradas na estratégia da empresa. As empresas estão mais preocupadas com as operações diárias relacionadas com a atividade comercial da empresa, do que propriamente com este tipo de atividades (Laudal, 2011).

Abordando as PMEs Portuguesas, Santos (2011), identifica um grupo de obstáculos para a adoção de práticas de RSE. A maioria das limitações observada estão muito de acordo com os autores enunciados anteriormente. As limitações consideradas de grande importância são a necessidade de existir mais suporte público e a existência de recursos financeiros escassos. No grupo de média importância temos a falta de tempo e de informação, bem como a inexistência de qualquer relacionamento com as atividades da empresa.

De acordo com o *Observatory of Europeans SMEs* podemos assinalar que o top 3 das principais limitações percebidas pelas PMEs Europeias estão relacionadas com o facto de nunca terem ouvido falar deste conceito, falta de tempo e considerarem que as atividades de RSE não estão relacionadas com as atividades da empresa. Dentro da heterogeneidade da categoria PMEs, a perceção do tipo de barreira mais comum também varia. Para as microempresas, a principal prende-se pela falta de conhecimento da existência destas atividades, já para as pequenas e médias empresas a limitação mais comum diz respeito à falta de tempo. É de notar que a falta de recursos financeiros não é categorizada como das principais barreiras (Observatory of Europeans SMEs, 2002).

Fazendo um balanço (ver Tabela 4) das limitações das PMEs perante o processo de adoção de atividades de RSE, de uma forma geral as limitações estão muito mais relacionadas com a falta de conhecimento e de tempo e não tanto com restrições financeiras. A falta de conhecimento pode ser melhorada se estas estiverem mais próximas das diferentes partes interessadas, como por exemplo as universidades e outras empresas para que estas possam desenvolver competências que auxiliem o desenvolvimento destas práticas (Mendibil et al., 2007). No caso de Portugal, as limitações baseiam-se muito na falta de recursos monetários e na necessidade de existir mais suporte a nível público.

Tabela 4- Principais obstáculos à implementação de atividades de RSE nas PMEs.

Principais obstáculos à adoção de RSE nas PMEs	Autores
Custos associados	(Inyang, 2013; Laudal, 2011; Sweeney, 2007)
Falta de Recursos Financeiros	(Laudal, 2011; Santos, 2011; Sweeney, 2007)
Falta de recursos Humanos	(Sweeney, 2007)
Escassez de tempo	(Inyang, 2013; Observatory of Europeans SMEs, 2002; Santos, 2011; Sweeney, 2007)
A RSE é considerada um problema das grandes empresas	(Inyang, 2013; Sweeney, 2007)
Receio de encargos burocráticos adicionais	(Inyang, 2013)
Não há incentivos públicos	(Inyang, 2013)
Falta de apoios e orientação	(Inyang, 2013; Santos, 2011)
Falta de ferramentas para a medição do impacto que estas práticas possam proporcionar a longo prazo	(Székely & Knirsch, 2005)
A não existência de benefícios/vantagens	(Inyang, 2013; Laudal, 2011; Santos, 2011)
Falta de conhecimento/ informação sobre este tipo de práticas	(Inyang, 2013; Laudal, 2011; Observatory of Europeans SMEs, 2002; Santos, 2011)
A RSE não está inserida na estratégia da empresa	(Observatory of Europeans SMEs, 2002; Székely & Knirsch, 2005; Santos, 2011)

Fonte: Elaboração própria.

2.2.2.2. Incentivos à adoção de atividades de RSE

Para superar as limitações identificadas anteriormente, pelas PMEs, surge a necessidade de existir um conjunto de incentivos à adoção de atividades relacionadas com a RSE. Esses incentivos têm de atender às necessidades específicas das PMEs, isto é, não podem ser iguais aos direcionados às empresas de grande dimensão, sendo que a função do estado passa muito por proporcionar condições equitativas (Inyang, 2013).

Para além da exposição dos incentivos proporcionados às PMEs, quer a nível nacional (Portugal), quer a nível Europeu, interessa, também, perceber quais os incentivos considerados de maior relevância por este tipo de empresa. Santos (2011), identifica esses mesmos incentivos para as PMEs em Portugal. Neste grupo de apoios considerandos significativos, encontra-se a necessidade de uma aprendizagem sobre as melhores práticas de RSE, existência de incentivos fiscais, programas de treinos, partilha de experiências e suporte do estado (por ordem decrescente de importância). Ou seja, os incentivos devem estar em sintonia com os obstáculos demonstrados por estas empresas (ver subcapítulo anterior), que se baseiam em muito pela necessidade de um maior conhecimento sobre as práticas de RSE e, também, de algum suporte financeiro para que estas empresas sejam incentivadas a implementarem este tipo de práticas. A necessidade de existir uma melhor instrução e educação ao nível dos gestores, bem como a divulgação e partilha de conhecimento entre as empresas é evidenciada, no Livro Verde, como um meio para fomentar este tipo de atividade nas empresas (Comissão Europeia, 2001). Esta necessidade poderá estar, então, interligada com a carência demonstrada ao nível de informação e competências, identificada como das barreiras mais relevantes.

Numa tentativa de estimular a RSE em todo o tipo de empresas, inclusive as PMEs, a Comissão Europeia, em 2006, apoiou uma iniciativa designada Aliança Europeia. Então, em que consiste esta Aliança? Esta nova estratégia pretende promover a existência de um fluxo de partilha de informação para que as empresas com pouco, ou nenhum, conhecimento sobre este conceito, possam aprender sobre estas práticas e também a necessidade de existir formação contínua nos empresários (Comissão Europeia, 2006b). Para além disso, pretende sensibilizar para a importância da intervenção das partes interessadas no processo de adoção de práticas de RSE nas empresas, dando um local de destaque aos consumidores. Sendo estes considerados uma fonte principal de motivação para as empresas realizarem este tipo de atividade, é importante instruir os consumidores com um maior nível de informação para que a decisão relativamente às suas preferências de consumo seja realizada de forma consciente e promovam “bons produtos e boas empresas” (p. 8), de forma a fomentar estas atividades. A comissão, consciente que as PMEs desempenham um papel essencial para a RSE, salienta a importância de existirem ações específicas para este tipo de empresa.

O programa-quadro comunitário Horizonte 2020, assenta em três pilares principais: Excelência Científica, Liderança Industrial e Desafios Societais (IAPMEI, 2019), surge com o objetivo de estimular para o período 2014 a 2020 três áreas essenciais: “Crescimento inteligente: desenvolver uma economia baseada no conhecimento e na inovação; Crescimento sustentável: promover uma economia mais eficiente em termos de utilização dos recursos, mais ecológica e mais competitiva; e Crescimento inclusivo: fomentar uma economia com níveis elevados de emprego que assegura a coesão social e territorial” (Comissão Europeia, 2010, p.5).

Para além de estimular a inovação, que será analisada no próximo capítulo, este programa salienta, também, a estimulação da Responsabilidade Social nas empresas (Comissão Europeia, 2011). Entre muitas iniciativas, encontra-se a promoção da utilização de fontes energéticas renováveis, bem como a aplicação de recursos de forma eficiente. Numa vertente mais relacionada com o mercado de trabalho, temos o proporcionar, de forma mais facilitada, a entrada de jovens no mercado de trabalho e também o desenvolvimento de competências e qualificações dos trabalhadores para melhorar a resposta ao cliente. Sendo a pobreza um problema atual, iniciativas como uma maior distribuição dos benefícios e emprego entre a sociedade, pretende reduzir a desigualdade e a exclusão social. Todas estas iniciativas descritas em (Comissão Europeia, 2010), estão relacionadas com a Responsabilidade Social, sendo esta apresentada como algo essencial para estabelecer a confiança entre trabalhadores e consumidores numa visão de longo prazo. Neste documento também é ressaltada a necessidade da comunicação entre as partes interessadas das empresas para um desenvolvimento sustentável, de forma a identificarem potenciais problemas, bem como a respetiva resolução. Especificando para Portugal, o Portugal 2020, tem como base os princípios da Europa 2020, enunciados anteriormente. Sendo disponibilizado para Portugal uma quantia de 25 mil milhões de euros, sendo estes redistribuídos pelos quatro domínios temáticos referidos inicialmente: Competitividade e Internacionalização; Sustentabilidade e eficiência na alocação dos recursos; Inclusão Social e Emprego e Capital Humano (Portugal 2020, 2020).

2.2.3. RSE e performance

Com a RSE a ser vista como uma possível estratégia adotada pela empresa, os estudos sobre o seu impacto na performance empresarial passam a ser recorrentes (Lee, 2008). Sendo uma das principais motivações para a adoção de práticas de RSE, evidenciadas pelas empresas, o desejo do aumento da lucratividade da mesma (European Commission, 2012; Santos, 2011), torna-se lógico o estudo aprofundado sobre o impacto que estas práticas podem proporcionar à performance de uma empresa, bem como de outros benefícios. É importante, também, ter a noção de que este tipo de práticas exige um investimento inicial e até proporcionar qualquer benefício para uma empresa existe um caminho que esta tem de percorrer, não é um retorno imediato (Laudal, 2011). Apesar da maioria dos estudos debruçarem-se sobre empresas de grande dimensão e cotadas (Akben-Selcuk, 2019; Cho et al., 2019; Kim, Park, & Lee, 2018) dada a afluência de dados e popularidade do tema, é importante também aplicar este estudo ao caso das PMEs.

No que respeita à Performance financeira, em geral, através da realização de uma meta-análise de alguma da produção científica existente sobre esta temática, de forma a avaliar a direção da relação entre RSE e Performance Financeira, Wang et al. (2015) verificam a existência de uma relação de causalidade entre as variáveis RSE e Performance financeira, contudo esta apresenta-se de forma unidirecional, sendo a primeira variável a influenciar, de forma positiva, a outra. Burlea-Schiopoiu & Mihai (2019) evidencia, também, uma relação positiva entre as atividades deste âmbito e a performance financeira. De acordo com este resultado, Cho, Chung, & Young (2019) chegaram à conclusão que atividades em RSE influenciam, parcialmente, de forma positiva tanto a lucratividade, valor da empresa, como o crescimento. Este resultado é apurado de forma parcial, pois nem todas as atividades influenciam estes indicadores. Particularizando o estudo para as PMEs, Martinez-Conesa et al. (2017), Burlea-Schiopoiu & Mihai (2019) e Reverte et al. (2016), verificam que as PMEs mais ativas neste tipo de atividades demonstram ser as empresas com melhores resultados a nível da performance.

A eficiência dos processos, como é o caso da redução dos custos é, também, destacada como uma das vantagens da Responsabilidade Social. Os autores, Hammann et al. (2009) referem que o conjunto de consequências originadas por atividades de RSE acrescentam valor à empresa através da redução de custos ou até mesmo do aumento do lucro. Mais detalhadamente, atividades que visam melhorar a relação da empresa com os trabalhadores e os clientes, melhoram a motivação dos mesmos, que por sua traduz-se numa diminuição de custos para a empresa. Neste sentido, Perrini et al. (2011) afirma que atividades no âmbito da comunidade, relação com os fornecedores e meio ambiente, proporcionam às empresas uma maior eficiência.

Encontrando, também, uma relação positiva da Responsabilidade Social com o crescimento das vendas como Cho et al. (2019), Prado-Lorenzo et al. (2008), observam que a implementação

de atividades no âmbito da Responsabilidade, numa empresa, proporcionam um impacto positivo na evolução das vendas. Esta relação positiva, é explicada pelos autores, como algo que deriva de uma melhor reputação que surge da realização destas práticas. Analisando a mesma relação, Battaglia et al. (2014), verificam que atividades de Responsabilidade Social afetam positivamente a performance de mercado das empresas, através de um aumento da quota de mercado, principalmente derivado da aquisição de novos clientes. Para além disso, averigam que negócios com níveis altos de lucratividade preocupam-se mais com questões sobre a Responsabilidade Social, sendo que as empresas que adotam este tipo de atividades acabam por ser mais atraentes para novos investidores. Em acréscimo, os autores demonstram que estas atividades são, também, importantes para o ganho de novos clientes, que cada vez mais se preocupam com questões relacionadas com ecologia e Responsabilidade Social. Com base nestes autores, podemos afirmar que as atividades de Responsabilidade Social, através da atribuição de uma melhor reputação, são importantes para uma evolução favorável das vendas numa determinada empresa, pois cada vez mais os clientes preocupam-se com questões de âmbito social, esta pode ser vista como um elemento diferenciador perante os concorrentes (Prado-Lorenzo et al., 2008).

A reputação, para além de influenciar positivamente as vendas, também o faz com a performance financeira. Akben-Selcuk (2019) evidencia uma relação positiva entre RSE e performance financeira, acrescentando que a mesma ocorre através da melhoria da reputação da empresa, bem como do relacionamento com as partes interessadas, consequências estas associadas à adoção de atividades de RSE. Hammann et al. (2009) exibem que as práticas de RSE no âmbito da sociedade acabam por melhorar a reputação da empresa. Na mesma linha de pensamento, Torugsa, O'Donohue, & Hecker (2012) identificam como parte dessas condições a presença de uma relação de confiança com as partes interessadas e o apoio de novas oportunidades de negócio. Acrescentando, Rubio-Andrés, Ramos-González, Sastre-Castillo, & Danvila-del-Valle (2020) afirmam que uma boa gestão (p.e. conhecimento de gestão, códigos de ética e relatórios de sustentabilidade) é um mecanismo essencial para a implementação de práticas de RSE, e consequentemente criar uma melhor reputação entre as partes interessadas. Sendo que esta reputação irá proporcionar um acréscimo ao nível da performance financeiras e, ainda mais que isso, no valor compartilhado com as mesmas. Reforçando ainda mais esta ideia, Busch & Friede (2018) referem que a reputação é um dos mecanismos mais importante para proporcionar esta relação positiva.

Outra das partes interessadas que beneficia com este tipo de atividades diz respeito aos colaboradores. Os autores Hammann et al. (2009) verificaram que as áreas de RSE mais importantes para a criação de valor económico numa empresa dizem respeito a atividades relacionadas com os empregados, clientes e sociedade, sendo que os empregados se situam num lugar de destaque. Estas proporcionam satisfação e motivação dos empregados, no caso dos

clientes a satisfação dos mesmos também é melhorada, bem como a redução da sensibilidade ao preço.

Para além da satisfação e produtividade dos colaboradores, a rotatividade dos mesmos é um indicador que merece, também, atenção. Cochran (2007) afirma que as atividades de RSE que visam proporcionar uma melhor relação com os colaboradores da empresa, irá diminuir o nível de rotatividade dos mesmos. Battaglia et al. (2014) verificam que atividades de RSE relacionadas com os colaboradores, como por exemplo a existência de benefícios para os mesmos, relaciona-se positivamente com o baixo nível de rotatividade.

A competitividade da empresa é uma temática importante para as PME's, pois proporciona a estas uma maior capacidade para competir no mercado com outras empresas, de maior dimensão. Na literatura foi evidenciado um elo entre as práticas de RSE e uma maior competitividade nas empresas, através de uma melhor performance de mercado, bem como do fator de exclusividade que surge destas (Laudal, 2011). O aumento da competitividade global da empresa é vista como uma das consequências resultante da realização de práticas responsáveis pelas empresas (Battaglia et al., 2014; Martinez-Conesa et al., 2017), o que é importante para favorecer o desenvolvimento das economias regionais (Martinez-Conesa et al., 2017). Validando esta informação, Iraldo, Testa, & Frey (2009) verificam que atividades de RSE relacionadas com o meio ambiente, como é o exemplo dos sistemas de gestão ambiental, são importantes para proporcionar benefícios ao nível da competitividade, principalmente nas empresas mais jovens.

A Responsabilidade Social engloba a componente ambiente, em que as empresas realizam atividades neste âmbito, com o objetivo de minimizar o impacto negativo que a atividade empresarial possa proporcionar ao meio ambiente. Estas atividades podem trazer benefícios para as empresas através da sustentabilidade ambiental. Segundo o Observatório Europeu das PME's para uma empresa ser considerada sustentável, esta deve enquadrar-se em três critérios. Primeiro deverá ser financeiramente estável, reduzir ao máximo o seu impacto negativo no meio ambiente, realizando atividades neste âmbito e também agir em conformidade com o esperado pela Sociedade. Sendo assim a Responsabilidade Social nas empresas é vista como um conjunto de atividades que podem contribuir para um desenvolvimento sustentável (Observatory of Europeans SMEs, 2002). A realização destas práticas sustentáveis relacionadas com o ambiente, além de melhorar a performance ambiental (Iraldo et al., 2009), irá proporcionar às empresas vantagens a nível económico, dada a sustentabilidade assegurada das mesmas numa visão de longo prazo (Székely & Knirsch, 2005), evidenciando assim a importância da Responsabilidade para a sustentabilidade ambiental como para a sustentabilidade económica da empresa.

Apesar de existir uma ligação positiva entre RSE e diferentes indicadores de performance empresarial, nem todas as categorias de RSE, se mostram com a mesma intensidade de impacto. Sendo as PME's empresas, como já foi referido, com limitações ao nível dos recursos interessa, e

muito, identificar quais as áreas da RSE mais benéficas para as mesmas (Santos, 2011). Os autores Prado-Lorenzo et al. (2008) verificam que as práticas de RSE apesar de aumentarem as vendas de uma empresa, não melhoram a produtividade da mesma, ou seja, os trabalhadores não se tornam mais produtivos. Já Iraldo et al. (2009) não verificam uma relação entre atividades de RSE da categoria ambiente e o desempenho de mercado, bem como com a produtividade dos recursos. Battaglia et al. (2014) analisando a performance de mercado das PMEs, verificam que as atividades de RSE direcionadas para o meio ambiente aumentam a atratividade do negócio, já as atividades relacionadas com o mercado são importantes para atrair novos consumidores. Horváthová (2012), verifica que atividades relacionadas com o ambiente e, que visam aumentar a performance ambiental a curto prazo, não proporcionam benefícios na performance financeira, uma vez que existem custos associados às mesmas. Já numa ótica de longo prazo esta é favorável. Outros autores defendem que tanto a área social como a de ambiente apresentam o mesmo impacto na performance financeira (Busch & Friede, 2018).

Contrariamente ao sinal positivo evidenciado por variados autores entre performance empresarial e Responsabilidade Social, existem alguns que defendem uma relação neutra ou até mesmo negativa, contudo estes estão em menor número. McWilliams & Siegel (2001), afirmam que existe uma relação neutra entre RSE e a performance de uma empresa. Estes argumentam que o lucro de uma empresa que adote atividades de RSE, em equilíbrio, será o mesmo ao de uma idêntica que não opte por estas práticas, pois se o contrário se verificasse elas mudariam de estratégia.

Para além da análise do sinal da relação podemos, também, analisar um conjunto de fatores que a condicionam. Wang et al. (2016) verificam que as empresas inseridas em economias avançadas beneficiam em maior escala desta relação, comparativamente às empresas inseridas em economias em desenvolvimento. O tamanho também é indicado como um desses fatores. Comparando PMEs e não PMEs Choi, Kim, & Yang (2018) verificam que a relação entre a RSE e a performance empresarial é mais forte nas empresas não designadas como PMEs e menos forte quando se analisam PMEs. Dentro da categoria PME, encontram também esta heterogeneidade, demonstrando que são as PMEs de maior dimensão e as de alta tecnologia que beneficiam de um maior impacto da RSE na performance.

Outros autores como Martinez-Conesa et al. (2017), Mendibil et al. (2007) e Torugsa et al. (2012) afirmam que a RSE numa abordagem proativa ¹ é uma estratégia necessária para que as PMEs possam desfrutar de melhorias na performance financeira, como de outros benefícios evidenciados ao longo deste capítulo. Reforçando ainda mais esta ideia, no contexto das PMEs

¹ A Responsabilidade Social proativa é definida como um “padrão de estratégias comerciais responsáveis que apoiam os princípios económicos, sociais e ambientais do desenvolvimento sustentável num nível acima do necessário para cumprir as regulamentações governamentais.” (Torugsa et al., 2012).

portuguesas, Fonseca & Ferro (2016) revalidam este impacto positivo da RSE na performance empresarial para todos os setores, afirmando que as empresas devem investir nestas práticas, mesmo nos períodos mais adversos.

A inovação como efeito mediador na relação entre RSE e performance financeira é indicada por alguns autores. Reverte et al. (2016) afirmam que a inovação é fomentada através das práticas de RSE e consequentemente esta afeta de forma positiva a performance de uma empresa. Martinez-Conesa et al. (2017) suportam a existência de um efeito mediador da inovação. Estes autores chegam à conclusão que o benefício da Responsabilidade Social proporciona ao nível do desempenho das empresas, deve-se muito pelo papel da inovação e o desempenho da mesma. Dado este papel de destaque da inovação no impacto da RSE na performance, esta relação será estudada, de forma mais evidenciada ao longo do trabalho.

De acordo com a Teoria das Partes Interessadas, é expectável um efeito positivo da RSE em vários indicadores da performance empresarial (Martinez-Conesa et al., 2017). Para além disso, a existência de um maior número de evidências empíricas a suportar um impacto positivo da RSE nos diferentes indicadores da performance das empresas, do que aquelas que defendem que estas atividades não proporcionam benefícios às mesmas, reforçam essa ideia. Contudo, existem um conjunto de fatores que devem ser considerados quando abordada esta relação.

2.3. Inovação

Para, de melhor forma, perceber a relação da Responsabilidade Social com a inovação, é importante defini-la e contextualizá-la ao nível das PME, e particularmente para o caso específico de Portugal. Neste capítulo também serão abordados temas como os incentivos utilizados em contexto europeu, de forma a estimular a inovação nas PME, bem como os principais obstáculos que as estas referem como impedimento para a não realização de atividades neste âmbito.

2.3.1. Evolução do conceito de inovação

Joseph Schumpeter, considerado pai da inovação, foi dos primeiros economistas a estudar a inovação como motor do desenvolvimento económico. Na sua obra, Schumpeter (1934) caracteriza a inovação tecnológica como um “estímulo estratégico” importante para o desenvolvimento económico. Este define a inovação como “uma aplicação comercial ou industrial de algo novo - um novo produto, processo ou método de produção; um novo mercado ou fonte de suprimento; uma nova forma de organização comercial, ou financeira” (p.19).

Já no manual de Oslo (OECD, 2005, p.46) são identificadas quatro formas de inovação, definindo esta como uma " implementação de um produto novo ou significativamente aprimorado (bem ou serviço) ou processo, um novo método de marketing ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, organização do local de trabalho ou relações externas.” Na versão mais atualizada do mesmo manual (OECD, 2018, p.60), a definição de inovação é reduzida para dois tipos principais, nomeadamente inovação de produto e de processo: “Uma inovação é um produto ou processo de negócios novo ou aprimorado (ou combinação destes) que difere significativamente dos produtos anteriores da empresa ou processos comerciais e que foram introduzidos no mercado ou colocados em uso pela empresa”. A inovação de produto é definida como “um bem ou serviço novo ou aprimorado que difere significativamente dos bens ou serviços anteriores da empresa e que foram introduzidos no mercado” (p.71). Já a inovação de processo, é caracterizada como “um processo de negócios novo ou aprimorado para uma ou mais funções de negócios que diferem significativamente dos processos de negócios anteriores da empresa e que foram utilizados pela empresa” (p.72).

Para além das várias formas de inovação, esta também é classificada em dois tipos: radical e incremental. Uma inovação radical apresenta uma maior grau de novo conhecimento, quando comparada com uma inovação de cariz incremental (Dewar & Dutton, 1986). Outra categorização que podemos fazer passa pela distinção entre criação e adoção de inovação. A primeira diz respeito a uma forma de inovação mais arriscada, uma vez que se trata de criação de conhecimento novo para o mundo, em que a probabilidade de sucesso é menor, comparativamente à adoção de inovação que se designa pela exploração de conhecimento, exibindo um nível de risco inferior

(Pérez-Luño, Wiklund, & Cabrera, 2011). Para além disso, os autores referem que existe uma relação positiva entre a dimensão da empresa e a propensão da mesma a adotar inovação, contudo não encontram o mesmo para a criação de inovação. Estes concluem que isto pode ser explicado pela grande capacidade de recursos financeiros que as grandes empresas apresentam, uma vez que a criação de inovação, comparativamente à adoção, pressupõe um maior risco e incerteza.

A inovação por apresentar uma vertente económica distancia-se do conceito de invenção. A transformação de ideias, quando bem executadas, na criação de valor económico e/ou de vantagens competitivas é o que difere a inovação de uma invenção (European Commission, 2009). Dada esta característica, no desafio de estudar a inovação e o seu impacto económico, vários autores procedem à tentativa da sua medição. Medir o nível de inovação de um conjunto de empresas pode ser por vezes desafiante, para tal, os autores baseiam-se nos proxys mais usuais na literatura. Proxys como, despesas em I&D (Battaglia et al., 2018; Burlea-Schiopoiu & Mihai, 2019; Cho et al., 2019; Choi et al., 2018; Rosenbusch et al., 2011; Surroca, Tribó, & Waddock, 2010; Syed et al., 2016) e número de patentes (Genc, Dayan, & Genc, 2019) são as variáveis mais utilizadas para representar o grau de inovação demonstrado pelas empresas. A análise do nível de inovação nas empresas pode, também, ser executada através da discriminação do tipo de inovação praticado, como a inovação tecnológica, de produto ou serviço, organizacional ou de marketing (Atalay, Anafarta, & Sarvan, 2013; Battaglia et al., 2014; Canh, Liem, Thu, & Khuong, 2019; Expósito & Sanchis-Llopis, 2018; Iraldo et al., 2009; Mendibil et al., 2007; Prajogo, 2006).

2.3.2. As PME's e a inovação

Sendo a inovação, no caso particular das PME's, uma ferramenta importante para potencializar a lucratividade (Expósito & Sanchis-Llopis, 2019) e a sobrevivência das mesmas (Cefiss & Marsili, 2003), bem como a relação de reforço que esta apresenta com a Responsabilidade Social (Canh et al., 2019; Mendibil et al., 2007; Shen, Tang, & Zhang, 2018), interessa sumariar as principais características que esta apresenta no contexto das PME's, especialmente no caso de Portugal, que é o país analisado neste estudo.

No que respeita a Portugal, este integra o grupo de estados membros que se caracterizam como inovadores moderados (European Commission, 2017) e, de acordo com a European Commission (2019), existe um conjunto de informação que podemos recolher para sumariar as principais ideias sobre a inovação em Portugal. Primeiramente podemos observar que em Portugal são as empresas de grande dimensão a exibirem maior peso no desenvolvimento de atividades de inovação, com uma taxa de 84.3%. Contudo, importa salientar que Portugal é o estado membro com maior percentagem de PME's a desenvolverem atividades de inovação, apresentando uma taxa de 66.4 %.

De acordo com os dados do CIS 2014-2016 (DGEEC, 2018), para Portugal, dentro da categoria de PME as empresas com 50 a 249 empregados são as que apresentam maior percentagem de empresas a realizar atividades de inovação, contudo as empresas com mais de 250 trabalhadores são as com maior parcela. A inovação mais realizada, em Portugal, pelas empresas, independentemente da sua dimensão, diz respeito à inovação por processo. Logo em segundo lugar temos a inovação por produto. Já a inovação organizacional, à semelhança à de marketing, verifica-se que quanto maior a dimensão da empresa, maior será a sua propensão para a introdução de alguma forma de inovação organizacional, ou seja, as PMEs têm uma menor propensão em realizar inovações organizacionais e de marketing. A análise setorial mostra-se díspar. Em Portugal, a presença de PMEs inovadoras é superior na indústria transformadora, comparativamente à indústria dos serviços (63% e 10 % respetivamente).

Analisando os inputs de inovação, é visível que o investimento dos mesmos diminui com o aumento da dimensão da empresa. Na União Europeia é visível que as PMEs investem menos em I&D, comparativamente às de maior dimensão (European Commission, 2017). Contudo, nas PMEs em Portugal, no que respeita às despesas em I&D, estas estão muito abaixo da média Europeia, sendo dos países com menor percentagem de empresas a exibir atividades de I&D.

As principais fontes de informação utilizadas pelas empresas no processo de inovação, independente do seu tamanho, são os clientes, fornecedores e dentro da própria empresa ou grupo a que esta pertence (DGEEC, 2018). Se analisarmos os parceiros de cooperação tendo em conta a dimensão das empresas verifica-se uma correlação positiva entre a sua dimensão e a propensão para colaborar com outras empresas ou instituições, ou seja, à medida que aumenta a dimensão da empresa a percentagem de empresas que cooperam com outras empresas ou instituições também aumenta. Porém a cooperação com parceiros varia com a localização destes. As PMEs e as grandes empresas preferem colaborar com parceiros de Portugal, contudo quando comparadas às de grande dimensão têm uma maior disponibilidade a relacionar-se com parceiros de outros países da Europa, sendo a opção menos desejada os países não pertencente à Europa.

2.3.2.1. Obstáculos à inovação

Dada a importância, evidenciada por vários autores, do papel das PMEs na produção de inovação, bem como a sua ligação com a performance financeira, acresce a importância do estudo dos principais obstáculos que decorrem no desenvolvimento deste tipo de atividade. Vários autores procedem à análise e identificação dos fatores que podem condicionar as atividades em inovação praticadas pelas empresas.

De forma geral, os autores García-Vega & López (2010), analisam o potencial efeito das barreiras de inovação na probabilidade de abandono de projetos de inovação. Estes chegam à conclusão de que obstáculos de cariz financeiro, conhecimento e de mercado têm um efeito positivo sobre a probabilidade de abandonar atividades de inovação. Especificando para as PMEs, estas acabam por ser mais vulneráveis a obstáculos relacionados com o mercado, como por exemplo a concorrência resultante da existência de empresas já estabelecidas e a incerteza do mercado.

Segundo Oliveira & Rodil-Marzábal (2019), o grau de perceção de barreiras de inovação, enunciadas anteriormente, aumenta à medida que a dimensão da empresa diminui, ou seja, as PMEs acabam por experienciar os obstáculos à inovação de forma mais intensa. De acordo com este resultado Madrid-Guijarro, Garcia, & Van Auken (2009), afirmam que as empresas de menor dimensão são afetadas em maior grau pelos custos de inovação, quando comparadas com as de maior dimensão.

Numa perspetiva geral da União Europeia, de acordo com European Commission (2019), a barreira mais comum nas PMEs dos estados membros diz respeito à existência de custos de inovação muito altos e falta de financiamento interno. Outras barreiras como falta de financiamento externo, fatores relacionados com o mercado (p.e. concorrência) e falta de pessoal qualificado também são apresentadas. As menos comuns dizem respeito a barreiras relacionadas com a regulamentação.

Particularizando o estudo para as PMEs em Portugal, Duarte, Madeira, Moura, Carvalho, & Moreira (2017), concluem que os principais fatores que levam este tipo de empresa a abandonar os projetos de inovação, dizem respeito à falta de financiamento e à existência de custos elevados subjacentes a este tipo de atividade. De acordo com os dados do CIS (2014-2016), para Portugal, os principais obstáculos para as PMEs não realizarem atividades de inovação dizem respeito à escassez de recursos monetários, estando de acordo com as mencionadas anteriormente em contexto Europeu. Os “custos de inovação muito altos” e a “falta de financiamento interno” para a inovação foram os obstáculos mencionados. Interligando um conjunto de estudos debruçados sobre a realidade Portuguesa desta temática, Cordeiro & Vieira (2012) identificaram um conjunto de barreiras comuns. Nesse conjunto encontram-se obstáculos como: “(1) resistência à mudança organizacional; (2) resistência dos recursos humanos em mudar; (3) o alto custo da inovação; (4)

escassez de recursos monetários; (5) procedimentos/práticas já rotineiras; (6) cultura avessa ao risco” (p.7). Podendo agrupar estas barreiras em dois grupos: internas e externas, os autores concluem que as mais complexas de contornar dizem respeito às de natureza externa. Neste estudo é, também, realizada uma comparação internacional das barreiras comuns dos diferentes países. É visível que Portugal partilha maior número de barreiras com a República Checa e a França. Com a Alemanha e Espanha apenas partilha a barreira que diz respeito à falta de recursos financeiros.

Em forma de conclusão, é visível que o principal obstáculo encontrado pelas PME's portuguesas diz respeito a limitações financeiras (Tabela 5), sendo estas de cariz interno como externo, ou até mesmo relacionado com os custos altos que a inovação acarreta. Este resultado pode estar relacionado com as restrições no acesso a crédito evidenciado por Ortega-Argilés, Potters, & Voigt (2009), bem como a existência de recursos internos mais escassos e menos liquidez que as PME's apresentam (Erixon, 2009; Garengo, Biazzo, & Bititci, 2005). Esta falta de recursos pode reduzir o acesso a novas tecnologias e inovação, sendo assim de grande importância o apoio financeiro a estas empresas. Dada essa necessidade, no próximo subcapítulo serão discutidos os principais incentivos à inovação, dirigidos às PME's, em contexto Europeu, especificando, também, para Portugal.

Tabela 5-Principais obstáculos à inovação nas PME's.

Principais obstáculos à inovação nas PME's	Autores
Financeiros	
• Custos de inovação altos	(Cordeiro & Vieira, 2012; Duarte et al., 2017; European Commission, 2019; Madrid-Guijarro et al., 2009)
• Falta de financiamento (geral)	(Duarte et al., 2017)
• Falta de financiamento interno	(European Commission, 2019)
• Financiamento externo	(European Commission, 2019)
• Escassez de recursos monetários	(Cordeiro & Vieira, 2012)
Recursos humanos	
• Falta de pessoal qualificado	(European Commission, 2019)
• Resistência dos recursos humanos em mudar	(Cordeiro & Vieira, 2012)
• Resistência à mudança organizacional	(Cordeiro & Vieira, 2012)
Procedimentos/práticas já rotineiras	(Cordeiro & Vieira, 2012)
Cultura avessa ao risco	(Cordeiro & Vieira, 2012)
Mercado	(European Commission, 2019; García-Vega & López, 2010)

Fonte: Elaboração própria.

2.3.2.2. Incentivos à inovação

Revelado o papel de destaque das PME's na estrutura económica da União Europeia, surge a necessidade de incentivar, ainda mais, o crescimento e a competitividade das mesmas. A fim, a cumprir esse objetivo, o Conselho Europeu abraçou a iniciativa *Small Business Act* (SBA) para a Europa, em 2008 (Comissão Europeia, 2008). Desta iniciativa surge um conjunto de princípios que visam incentivar os estados membros a adotar políticas que proporcionem um ambiente propício à estimulação das PME's, bem como ao nível do empreendedorismo, inovação e apoio financeiro (entre outros). Sumariando os princípios abordados temos: Empreendedorismo; Segunda Oportunidade; Pensar pequeno primeiro; Administração Responsável; Auxílios estatais e contratos públicos; Acesso a financiamento; Mercado único; Habilidades e Inovação; Ambiente; e Internacionalização.

Realizando uma análise evolutiva das políticas adotadas na União Europeia, no âmbito do SBA, é visível um progresso relativamente ao número de políticas adotadas relacionadas com “Habilidades e Inovação”, “Acesso ao financiamento” e “Empreendedorismo” no período 2011-2019 (European Commission, 2019). Podemos, também, afirmar que as medidas mais implementadas incluem “medidas para o estabelecimento de programas de financiamento público, o desenvolvimento das competências de R&D nas PME e a promoção de uma mentalidade empreendedora” (p.92).

Neste seguimento, o programa-quadro comunitário Horizonte 2020, surge com o objetivo de estimular a inovação e investigação na Europa para o período 2014 a 2020. Para isso são oferecidos apoios financeiros a projetos de investigação, desenvolvimento tecnológico e inovação. Como já foi referido, este programa assenta em três pilares principais: Excelência Científica, Liderança Industrial e Desafios Societais. O primeiro pretende incitar a base científica da União Europeia, já o segundo tem por base apressar o desenvolvimento tecnológico. Por fim, o terceiro e último pilar, está relacionado com o estudo de mercado de forma a tornar o investimento em inovação e investigação benéfico para os cidadãos (IAPMEI, 2019).

Especificando para as PME's, existe um conjunto de mecanismos e incentivos dirigidos a este tipo de empresa, baseados nos três pilares acima referidos. Este programa pretende, então, proporcionar um maior crescimento para as PME's inovadoras, estimulando ainda mais a inovação e a internacionalização das mesmas. Esta estimulação passa muito pela eliminação dos obstáculos que impedem a realização de atividades de inovação. Para as PME's, como já foi identificado, o obstáculo mais comum diz respeito a restrições financeiras, tanto internas como externas. Então, o programa Horizonte 2020 pretende facilitar o acesso a crédito para projetos de inovação ao longo do ciclo de vida, para todas as empresas. Existe, também, apoios específicos para a inovação nas PME's. O *SME Instrument* visa apoiar as PME's inovadoras que queiram atingir o máximo de crescimento, desde a fase inicial do processo de inovação até à fase da comercialização.

Segundo os autores Čučković & Vučković (2019), após a implementação do programa Horizonte 2020, são visíveis alterações ao nível do desempenho da inovação nas PMEs na UE. No período de 2014 a 2016, estas tornaram-se mais inovadoras, quer a nível interno como através de cooperação externa. No entanto, nem todos os tipos de inovação apresentam melhorias, a que se destaca com um maior número se inovações diz respeito à inovação de produto e processo, já as de cariz organizacional e de marketing exibiram um decréscimo neste período. Os autores, concluem que é expectável um impacto positivo deste tipo de programas na performance inovadora das PMEs. Contudo, como os autores referem, o desempenho será condicionado pelo tamanho, idade, tipo de inovação (produto vs. processo) e pelas condições de mercado em que esta está inserida.

Para além dos fundos da União Europeia, os fundos a nível nacional apresentam , também, vantagens para a performance de inovação (Čučković & Vučković, 2019). Com recurso a dados disponibilizados no *Eurostat*, (European Commission, 2019) é visível uma variação entre os diferentes estados membros, relativamente ao nível de financiamento proporcionado pelo governo para os distintos tipos de empresa. Contextualizando Portugal na realidade europeia, em 2015, o nível de despesas em I&D financiadas pelo governo é superior nas PMEs, relativamente às empresas de maior dimensão (3.7 € e 1.6 € por habitante respetivamente). Já no contexto da União Europeia a realidade é outra, o nível de financiamento do governo ronda os 9,5 € (por habitante) para as empresas de grande dimensão, contra uns 3.7 para as PMEs. Portugal pertence ao conjunto de estados que viu o nível de despesas em I&D financiadas pelo governo a PMEs a subir entre 2014 e 2015, juntamente com outros 14 estados membros, contudo ainda muito abaixo da média Europeia.

2.4. Inovação e RSE

No contexto deste estudo interessa, também, perceber qual a relação entre a inovação e a Responsabilidade Social. Alguma da literatura afirma existir uma ligação entre estas duas variáveis, principalmente no caso das PME's (Battaglia et al., 2014; Mendibil et al., 2007). Estando a RSE muito relacionada com a interação da empresa com as partes interessadas, a implementação de práticas neste âmbito acabam por reforçar a relação de confiança com as mesmas (p.e. clientes, fornecedores, trabalhadores e cidadãos), produzindo assim, circunstâncias para que as empresas possam crescer mais e inovar (Comissão das Comunidades Europeias, 2001).

As atividades de RSE nas PME's são vistas como estando positivamente relacionadas com a performance inovadora, em que a inovação é considerada como algo essencial para a implementação de atividades no âmbito da RSE, e conseqüentemente no acréscimo de valor à empresa (Canh et al., 2019; Mendibil et al., 2007). De acordo com este resultado, Shen et al. (2018) verificam que existe uma relação positiva entre a inovação e as atividades de RSE. Esta ocorre através da diminuição da informação assimétrica entre a empresa e as partes interessadas, bem como da redução do risco e da incerteza inerente ao processo de inovação. Estas conseqüências advêm de uma melhor, e mais próxima, relação com as partes interessadas devido às práticas de RSE, e também da componente sustentável que estas atividades proporcionam para a empresa, traduzindo-se, assim, num menor risco relativo ao investimento em inovação, na empresa. Para além da relação positiva da inovação com a adoção das práticas de RSE, é destacado um maior impacto da Responsabilidade Social na performance da empresa, quando a existência de inovação se verifica.

Canh et al. (2019) verificam que tanto a realização inovação de produto como de processo, leva as empresas a adotar atividades de RSE, principalmente quando se trata de inovação aberta. Os autores rematam que este tipo de inovação com maior nível de novidade, acarreta custos superiores e sendo assim, a sustentabilidade é uma preocupação das empresas, levando-as a realizar atividades de Responsabilidade Social. Para além disso verificam que a inovação por processo é importante para a adoção de atividades de RSE relacionadas com o ambiente, já a inovação de produto relaciona-se mais com atividades que respeitam à categoria referente aos colaboradores. Alguns autores suportam a relação bidirecional entre a Responsabilidade Social e a performance empresarial (Busch & Friede, 2018; Surroca et al., 2010). Surroca et al. (2010), verificam que através do investimento em ativos intangíveis, como a inovação “este efeito de causalidade ocorre nos dois sentidos originando um círculo virtuoso” (p.482).

Neste sentido, Battaglia et al. (2014) afirmam que a inovação é a variável, em estudo, que mais se correlaciona com práticas de RSE, encontram uma forte ligação entre a performance de inovação e as práticas de RSE, principalmente na categoria relacionada com o ambiente. Esta relação é justificada pelos autores pela acumulação de conhecimento que surge da execução deste

tipo de práticas, tornando as empresas mais suscetíveis a realizar inovação de cariz tecnológico como organizacional. De acordo com este resultado, Iraldo et al. (2009), demonstram que a adoção de certificados, como o EMAS e ISO 1400, aumentam a performance ambiental das empresas e, conseqüentemente, a empresa apresenta uma maior capacidade para inovar a nível organizacional e tecnológico.

Por outro lado, podemos verificar que as práticas de RSE levam a um maior nível de inovação nas PMEs, ou seja, se as empresas ambicionam ser mais inovadoras e eficientes, estas necessitam de estabelecer atividades no âmbito da Responsabilidade Social de forma a cumprir esses objetivos (Korra, Giotopoulos, & Tsakanikas, 2018; Martinez-Conesa et al., 2017; Reverte et al., 2016). Reforçando esta ideia de reforço mútuo, no observatório das PMEs Europeias, é referido que as PMEs que pratiquem atividades de RSE em grande peso são as mesmas que apresentam uma maior adoção de estratégias de crescimento e de inovação (Observatory of Europeans SMEs, 2002).

Não só a categoria Ambiente da RSE é importante para a inovação, a relação com as partes interessadas locais é benéfica, e muito, para a capacidade inovadora da empresa, pois cada vez mais a inovação é um processo de cooperação e interação com outros agentes que pertencem à mesma rede (Battaglia et al., 2014). “Isso explica o porquê da RSE estar a tornar-se crucial para a inovação, pois leva as empresas a ter relacionamentos construtivos nas suas redes” (p. 885). A intervenção do consumidor neste processo revela-se também pertinente. Esta colaboração permitirá, à empresa, a realização de inovações que vão ao encontro das necessidades do mesmo (Mendibil et al., 2007). Para além da relação com os consumidores, estes autores evidenciam que a ligação das empresas às Universidades locais é um meio essencial para a criação de inovação.

A incorporação de práticas no âmbito da RSE, após a crise financeira global, torna-se mais frequente dada a crescente a pressão do consumidor e dos meios de comunicação para que as empresas sejam socialmente responsáveis, bem como o desejo das mesmas por uma melhor reputação junto das suas parte interessadas (Wang et al., 2015). Esta relação, da inovação e RSE, torna-se ainda mais importante nestes períodos, a RSE é considerada como uma alternativa aos recursos dispendiosos, como o caso das despesas em I&D, que o processo de inovação apresenta, o que é uma vantagem valiosa em tempos adversos caracterizados por restrições financeiras, como é o caso das crises financeiras (Korra et al., 2018).

2.5. Questões de investigação levantadas e contributo do estudo

Como resultado do enquadramento teórico realizado, é visível a necessidade da caracterização das práticas de Responsabilidade Social no contexto das PME's, dado o pouco conhecimento sobre as mesmas. Na literatura analisada, foi verificada uma reciprocidade positiva entre inovação e atividades de RSE, reforçando a necessidade do estudo destas duas variáveis em simultâneo. O destaque da inovação como interveniente, tanto na adoção e frequência, como no impacto das atividades de Responsabilidade Social na performance empresarial, realça a importância de, também, caracterizar o nível de inovação das empresas em estudo.

Desta síntese teórica surge, então, um conjunto de questões que serão respondidas neste estudo. Questões tais como: Qual o nível de RSE e de inovação nas PME's na região de Aveiro? Quais os fatores que determinam a adoção e frequência destas atividades? De que forma é que esta se relaciona com a performance das PME's? Qual o papel da inovação nestas relações?

Para dar resposta a este conjunto de questões será sintetizada um conjunto de informação relativo às principais atividades realizadas pelas PME's, na região de Aveiro, bem como a identificação dos principais motivos, objetivos e obstáculos na adoção deste tipo de atividade. Relativamente à análise do impacto das atividades de RSE na performance, as empresas serão questionadas relativamente à evolução de vários indicadores de performance, tendo por base o efeito da RSE nos mesmos. No que respeita à inovação, esta também será analisada ao nível do tipo e intensidade de inovação.

Tendo por base estas questões como alvo de investigação, este estudo contribui para a literatura existente pela escolha do tipo de empresa analisado, PME's, dada a frequência de estudos direcionados para empresas de grande dimensão, preenchendo, assim, a lacuna existente. Para além disso, o facto das PME's representarem quase a totalidade do tecido empresarial Português, valida ainda mais a necessidade de analisar este tipo de empresa. Outra das contribuições passa pela disponibilidade de estudos deste cariz em contexto português, onde a frequência dos mesmos é baixa. Adicionalmente, dada a pouca, ou até nenhuma, disponibilidade de dados para as PME's em Portugal, a realização deste estudo contribuirá para uma melhor compreensão da realidade vivida por estas empresas, da região de Aveiro, e conseqüentemente um acréscimo na disponibilização de dados, que se encontra escassa.

3. Dados

A análise deste estudo terá como amostra um conjunto de 191 PME's da região de Aveiro (Norte e Centro). As empresas foram contactadas por email, sendo os contactos das mesmas obtidos com recurso à base de dados SABI. Seleccionámos, então, empresas de pequena e média dimensão ativas, excluindo da amostra as empresas que não apresentam o devido contacto, ou o seu contacto encontra-se inativo. Após a eliminação de um conjunto de empresas, o questionário teve como destinatário um total de 8.916 empresas, tendo apenas sido obtida resposta de 191 empresas. O questionário esteve online desde dezembro (2019) a março (2020). Uma limitação deste trabalho passa muito pela pouca adesão que as empresas apresentam à resposta de questionários, neste caso a taxa de resposta foi apenas de 2.14 %.

Para, então, dar resposta às questões de investigação propostas, foi realizado um questionário (ver anexo D) baseado na literatura já existente. Este questionário foi direccionado e limitado às PME's da região de Aveiro, com o objetivo de fornecer conclusões mais robustas para esta área. O questionário pretende analisar a envolvimento na adoção de atividades de Responsabilidade Social, o nível de inovação nas empresas, bem como o respetivo impacto da RSE na performance das mesmas. Esta metodologia foi escolhida dada a pouca disponibilidade de dados existente, quer no âmbito da Responsabilidade Social, como da inovação. Particularmente para as PME's, muitos são os autores que recorrem a este tipo de metodologia (Atalay et al., 2013; Battaglia et al., 2018; Battaglia et al., 2014; Expósito & Sanchis-Llopis, 2018; Fonseca & Ferro, 2016; Reverte et al., 2016; Santoro, 2017) dada a falta de disponibilização de dados que caracteriza este tipo de empresa. Os parâmetros analisados no inquérito podem ser observados, de forma resumida, na seguinte tabela (Tabela 6).

Tabela 6- Variáveis e parâmetros alvo de avaliação no questionário realizado.

Período analisado	Variáveis em análise		
	RSE	Inovação	Impacto da RSE na performance
Evolução dos últimos 3 anos de atividade da empresa (2015-2018)	Geral	Número de patentes	Performance financeira
	Ambiente	Número de marcas registadas	Vendas
	Comunidade	Despesa em I&D	Eficiência de processos
	Trabalhadores	Número de colaboradores ao serviço da I&D	Produtividade dos trabalhadores
	Fornecedores	Tipos de inovação	Satisfação dos trabalhadores
	Clientes		Rotatividade dos trabalhadores
			Imagem e reputação da empresa
			Sustentabilidade da empresa
		Competitividade global	

Fonte: Elaboração própria.

3.1. Responsabilidade Social

Vários autores focam-se no estudo da Responsabilidade Social na sua generalidade, contudo a análise diferenciada das áreas de RSE é, também, recorrente (Battaglia et al., 2014; Cho et al., 2019; Hammann et al., 2009; Iraldo et al., 2009; Kim et al., 2018; Martinez-Conesa et al., 2017; Mendibil et al., 2007; Prado-Lorenzo et al., 2008; Reverte et al., 2016; Rubio-Andrés et al., 2020). Tendo por base essa diferenciação, para a realização deste questionário, foram estabelecidas cinco áreas de RSE. As áreas de RSE foram elaboradas, estando de acordo com a teoria das partes interessadas e com os autores Battaglia et al. (2014) e Martinez-Conesa et al. (2017). De forma a uniformizar e recorrendo a estudos já efetuados para o território português, o questionário baseou-se, também, em informação presente nos inquéritos realizados no âmbito de duas dissertações (Baptista, 2015; Correia, 2013).

Estas áreas estão, então, relacionadas com práticas associadas ao meio ambiente, comunidade, trabalhadores, fornecedores e clientes. Para cada uma das áreas foi concebido um conjunto de perguntas específicas, tendo por base os últimos 3 anos de atividade da empresa. No entanto, foram também estabelecidas perguntas gerais de forma a analisar a componente RSE como um todo, para avaliar o grau de envolvimento, de atividades deste cariz, nas empresas e perceber o nível de importância atribuída, pelas mesmas, a esta temática.

Como a implementação da RSE na estratégia da empresa foi evidenciada por vários autores como algo essencial para o sucesso da mesma (Martinez-Conesa et al., 2017; Mendibil et al., 2007), esse parâmetro foi, também, avaliado neste inquérito. Abordando ainda o verificado na literatura, dada a existência da pouca adesão das PMEs (Ferreira & Gabriel, 2019; Mendibil et al., 2007), bem como a exposição de um conjunto vasto de obstáculos no processo de adesão, foi questionado quais as principais limitações percebidas pelas empresas, para que além de contribuir para a literatura, possamos justificar, da melhor forma, as restantes respostas ao inquérito debruçadas nesta componente.

3.1.1. Ambiente

Abordando, de forma individual, as categorias alvo de análise, a componente ambiente tem sido evidenciada, por vários autores já mencionados, como um elemento chave na relação entre RSE e inovação, bem como a sua influência na performance económica das empresas. Nesta categoria serão avaliados parâmetros alusivos aos hábitos que as empresas apresentem, ou não, em relação a atividades que, de certa forma, proporcionem uma diminuição do impacto negativo no meio ambiente. Foi questionado a existência atividades ambientais como a reciclagem, implementação de programas de utilização de forma eficiente de água, energia, bem como a aplicação de matérias primas ecológicas, redução de emissões e a gestão eficaz dos resíduos, entre outras. Numa vertente mais formal foi avaliada a presença de auditorias internas, relatórios e

adesão a rótulos ambientais etc. A parte legal foi, também, analisada com o intuito de perceber se as empresas incorreram em algum incumprimento da lei. Para mais detalhes ver pergunta 28 do questionário.

3.1.2. Comunidade Local

A proximidade das empresas para com a comunidade tem sido evidenciada como uma mais valia no que respeita à capacidade inovadora da empresa, e conseqüente impacto positivo na performance. Nesta componente, é avaliado a existência de iniciativas a favor da comunidade local, que proporcionam à mesma uma melhoria na qualidade de vida. Para isso é questionado às empresas se estas desenvolvem (ou desenvolveram) atividades, como o apoio a projetos locais, ações de sensibilização e de educação para a Responsabilidade Social na comunidade, bem como para a preservação ambiental, patrimonial e cultural. Foi, também, avaliado se a comunidade local representa uma fonte principal para a aquisição de mão de obra ou de parcerias comerciais para as empresas, e se existe uma integração dos jovens no mercado de trabalho. A componente ambiente direcionada para a comunidade é também uma das iniciativas abordadas (ver pergunta 29).

3.1.3. Trabalhadores/colaboradores

Esta categoria reporta a forma como a empresa trata os seus funcionários. Foi testada a envolvimento da empresa face à adoção de códigos de conduta, promoção de um ambiente de trabalho flexível, seguro e de qualidade. Para além disso, inclui a oferta de benefícios, licenças e de espaços de lazer na empresa. A igualdade e o reconhecimento, bem como o apoio à formação contínua e progressão nas carreiras são fatores também mencionados (ver pergunta 30).

3.1.4. Fornecedores

A categoria “fornecedores”, pretende explicar a relação que as empresas nutrem com os seus fornecedores, isto é, se são impostos requisitos de responsabilidade social aos mesmos, promoção de sensibilização para questões ambientais, bem como auditorias ambientais. Para além disso, é questionada a presença de parcerias com intuito de promoção de produtos éticos. (Ver pergunta 31)

3.1.5. Clientes

A última categoria “Clientes” aborda a relação que a empresa tem com os clientes, inclui a implementação de requisitos de Responsabilidade Social, realização de auditorias ambientais ou iniciativas de sensibilização, bem como a adaptação às necessidades futuras dos clientes. Numa vertente direcionada para a pós-venda, é questionada a existência de assistência pós-venda e de oferta de extensão de garantia (ver pergunta 32).

3.2. Inovação

Revelada a existência de uma relação positiva da inovação com as práticas de RSE, bem como com o impacto das mesmas na performance de uma empresa, a inovação foi também alvo de análise no questionário. Para estudar esta variável foram escolhidos os indicadores utilizados com maior frequência na literatura, ou seja, para medir o nível de inovação das empresas foram mencionadas perguntas relacionadas com o número de patentes e marcas registadas, bem como a evolução das despesas em I&D e do número de colaboradores ao serviço da I&D, tendo por base os últimos 3 anos. Para além disso, foi realizada uma discriminação entre a adoção e criação de inovação, bem como no tipo inovação: Produto, Processo e Organizacional (ver perguntas 33 a 40).

3.3. Performance

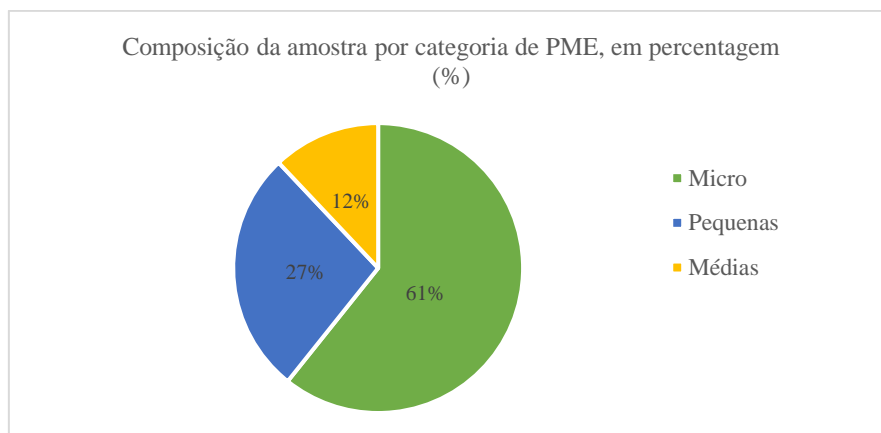
Para analisar o impacto da RSE na performance financeira das empresas foi estabelecido um conjunto de indicadores. As empresas classificaram o impacto da RSE nos vários indicadores de performance apresentados, tendo por base os últimos 3 anos de atividade. Estes indicadores abrangem vários tipos de performance. Numa vertente mais direcionada para a lucratividade temos a evolução da performance financeira (em geral), as vendas e a eficiência dos processos, já num contexto relacionado com os colaboradores, temos a satisfação e produtividade dos mesmos, bem como o nível de rotatividade. Por fim, foram analisados, também, indicadores referentes à sustentabilidade ambiental, imagem ou reputação e competitividade global da empresa. Foram escolhidos estes fatores, dada a pertinência dos mesmos relevada na Responsabilidade Social.

3.4. Caracterização da amostra

A amostra é constituída por um total de 191 PME's da região de Aveiro, que responderam ao questionário realizado no âmbito deste estudo. Podemos verificar, com recurso à Figura 3, que a amostra é composta maioritariamente por microempresas, e apenas uma parcela mínima refere-se a empresas de média dimensão. Mais detalhadamente, temos que (61%) diz respeito a micro empresas, 27% refere-se a empresas de dimensão pequena, e, por fim, apenas com um peso de 12%, encontram-se as empresas de média dimensão.

No que respeita à Classificação das Atividades Económicas (CAE), das empresas, estas foram codificadas segundo a numeração ao nível da Divisão (dois dígitos). Podemos observar que algumas das divisões mais frequentes, na Tabela 7, dizem respeito ao comércio por grosso (exceto de veículos automóveis e motociclos), de seguida com 7.3% das empresas a pertencer à divisão do comércio a retalho (exceto de veículos automóveis e motociclos) e, por fim, 6.3% das empresas enquadram-se na fabricação de produtos metálicos, exceto máquinas e equipamentos.

Figura 3- Caracterização da amostra.



Fonte: Elaboração própria

Tabela 7- Distribuição das empresas segundo o CAE (Divisão-2 dígitos).

Divisão	Designação da divisão	Nº de empresas	% de empresas
46	Comércio por grosso (inclui agentes), exceto de veículos automóveis e motociclos	17	8.9
47	Comércio a retalho, exceto de veículos automóveis e motociclos	14	7.3
25	Fabricação de produtos metálicos, exceto máquinas e equipamentos	12	6.3
69	Atividades jurídicas e de contabilidade	11	5.8
41	Promoção imobiliária (desenvolvimento de projetos de edifícios); construção de edifícios	10	5.2
43	Atividades especializadas de construção	10	5.2
71	Atividades de arquitetura, de engenharia e técnicas afins; atividades de ensaios e de análises técnicas	8	4.2
	Outras	117	61.3

Fonte: Elaboração própria

Em relação à caracterização da amostra relativamente às características específicas das empresas (Tabela 8), em estudo, podemos verificar que a maioria destas são empresas familiares (65.4%), sendo esta uma condição verificada em todas as subcategorias da PME, contudo mais predominante nas empresas de média dimensão. Questionadas sobre qual a geração, que atualmente exerce a função de gestão na empresa, grande parte situa-se na 1ª e 2ª geração (37% e 21% respetivamente). Abordando a atividade exportadora, das empresas, é visível que esta aumenta consoante a dimensão das empresas, isto é, o grupo das médias apresenta maior percentagem de empresas exportadoras, por outro lado as microempresas são as que apresentam uma menor atividade neste âmbito. Numa forma geral, aproximadamente metade das empresas são exportadoras.

Já a participação de capital externo (>10%) mostra ser uma característica pouco observada nesta amostra (2.6%), mostrando-se mais visível na categoria de empresas de média dimensão. À semelhança, apenas 2.1% das empresas pertencem a um cluster, sendo estas maioritariamente médias empresas. É possível perceber que esta característica, apesar de escassa, é mais abundante nas categorias de maior dimensão. Por fim, as empresas foram agrupadas pelas 4 categorias de idade estabelecidas de acordo com Reverte et al. (2016). Por exemplo, uma empresa com 0 anos de idade corresponde ao ano de criação de 2018, já uma empresa com 5 anos iniciou a sua atividade em 2013. Analisando a distribuição das empresas pelas categorias de idade, é visível uma maior alocação das empresas de média dimensão na categoria correspondente ao grupo de maior idade, na situação oposta encontram-se as microempresas.

Tabela 8- Caracterização da amostra relativamente a características específicas às empresas.

Características específicas	Tipo de empresa			Total da amostra(%) ²	
	Micro (%)	Pequenas(%)	Médias (%)		
Exportadoras	26.7	53.8	78.3	40.3	
Participação capital externo	1.7	3.8	4.3	2.6	
Empresa familiar	61.2	69.2	78.3	65.4	
Participação em Cluster	0	1.9	13.0	2.1	
Categorias de Idade	<10	53.4	11.5	4.3	36.1
	10-20	21.6	30.8	4.3	22.0
	20-30	18.1	28.8	21.7	21.5
	>30	6.9	28.8	69.6	20.4

Fonte: Elaboração própria

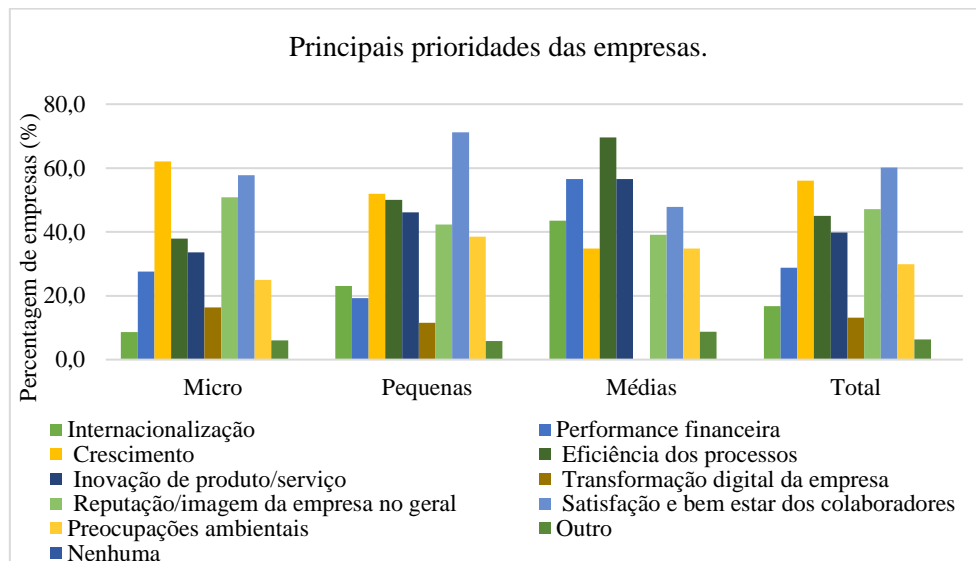
Para compreender, melhor, o panorama e os objetivos das empresas em questão, estas foram, também, questionadas relativamente às suas principais prioridades decorridas nos últimos três anos (Figura 4). Na maioria dos casos, as empresas consideram como principais preocupações a satisfação e bem estar dos colaboradores (60.2%), o crescimento da empresa (56%) e a eficiência dos processos (45%). Já as menos referidas baseiam-se na transformação digital da empresa (13.1%) e 6.3% das empresas referiram outras prioridades, sobretudo relacionadas com a satisfação e resolução antecipada dos clientes, sobrevivência e a sustentabilidade da empresa. Podemos verificar que a inovação, as preocupações ambientais e a reputação da empresa no geral encontram-se numa posição intermédia, não fazendo, também, parte das mais mencionadas.

De forma geral estas empresas estão preocupadas principalmente com o bem estar dos seus colaboradores, o que pode estar relacionado com a proximidade que existe nas empresas

² Nota: Na coluna da tabela correspondente ao total da amostra, a percentagem de empresas foi calculada em relação ao total de empresas da amostra (191). No que respeita ao tipo de empresa (micro, pequena e média) a percentagem de empresas é calculada em relação ao total de empresas por categoria 116, 52 e 23 respetivamente.

familiares com os mesmos. Já a eficiência dos processos, evidencia-se como algo importante, pois poderá permitir a estas uma redução de custos o que é bastante importante para as PMEs, uma vez que estas caracterizam-se por ter escassez de recursos financeiros. Para além disso exibem uma vontade de crescer, principalmente no caso das microempresas, dado o seu tamanho reduzido.

Figura 4- Caracterização da amostra relativamente às principais prioridades referidas pelas empresas, com base nos últimos 3 anos.



Fonte: Elaboração própria

4. Metodologia

A metodologia deste trabalho pode ser dividida em duas etapas principais. A primeira refere-se à caracterização das práticas de Responsabilidade Social e do impacto que estas podem apresentar em vários indicadores de performance, bem como a contextualização do nível de inovação nestas empresas. Esta recolha de informação será realizada com base nas respostas dos questionários e apresentada em forma de tabelas e gráficos.

Numa segunda parte, serão determinados fatores que determinam a adoção e frequência com que estas atividades são praticadas e, também, características que condicionam o impacto da Responsabilidade Social na performance. Neste caso a metodologia passa pela estimação de três modelos, com recurso ao programa STATA, de forma a obter resultados empíricos sobre esta temática. A especificação destes modelos pode ser observada nos seguintes pontos do programa.

4.1. Determinantes da adoção e frequência das atividades de RSE nas empresas

Após a caracterização da Responsabilidade e da inovação, na amostra, interessa perceber quais os fatores que favorecem a adoção de atividades de RSE nas PME's, principalmente no caso da inovação uma vez que na literatura foi destacada uma relação de reforço entre estas duas variáveis. Se uma empresa quer ser socialmente responsável, a inovação é um mecanismo essencial para a concretização desse objetivo (Canh et al., 2019; Mendibil et al., 2007), para além disso foi verificado que as empresas que exibem melhor performance ao nível da inovação são as que apresentam maior adoção de RSE (Observatory of Europeans SMEs, 2002). Sendo assim, é esperado uma causalidade positiva da inovação na adoção de atividades de RSE.

Para analisar, tanto o efeito da inovação, como de outros fatores na propensão da empresa em adotar atividades de RSE, recorreu-se à estimação de um modelo econométrico *probit* simples com a seguinte especificação:

$$(1) \text{ Adopt}_i = \beta_1 + \beta_2 \text{conceito}_i + \beta_3 \text{inov}_i + \beta_4 \text{incen}_i + \beta_5 \text{tamanho}_i + \beta_6 \text{idade}_i + \beta_7 \text{export} + \beta_8 \text{fam} + u_i$$

A variável dependente é uma variável de origem binária que transmite a adoção, ou não, de atividades de Responsabilidade Social, pelas empresas, no período analisado. Nas variáveis explicativas temos a performance da inovação das empresas, que reflete, de forma conjunta, o desempenho das mesmas ao nível da criação/adoção de inovação de processo, organizacional e de novos produtos ou serviços. De forma a simplificar, não serão utilizadas as variáveis relativas ao número de patentes, nem de marcas, uma vez que estas têm como desvantagens o facto de a maior parte das inovações não serem patenteadas e em muitos casos estas não refletem valor económico (OECD/Eurostat, 2005). Apesar da informação relativa ao tipo de inovação, esta não

será discriminada ao nível do estudo empírico. A apresentação dos vários tipos de inovação, no questionário, serviu de forma de guia para as empresas fornecerem uma resposta mais próxima da realidade.

Para além da inovação, fatores como o conhecimento sobre o conceito de RSE, utilização de incentivos ao investimento, tamanho, idade, exportação e se a empresa é, ou não, familiar, foram, também, analisados. A descrição das variáveis, em detalhe, podem ser analisadas na Tabela 9. No que respeita à idade, de acordo com os autores Akben-Selcuk (2019), Choi et al. (2018), Kim et al. (2018) e Reverte et al. (2016), esta corresponde ao logaritmo natural do número de anos desde que a empresa foi estabelecida. O tamanho da empresa é medido através do logaritmo natural do número de empregados (Surroca et al., 2010). Já a exportação é medida em relação ao total do volume de negócios (Canh et al., 2019).

Numa análise complementar interessa, também, perceber como é que a frequência da realização de atividades no âmbito da RSE varia com os mesmos fatores. Para isso, foi estimado um modelo *probit* ordenado, representado na seguinte expressão. Neste caso foram adicionadas as variáveis relacionadas com a estratégia em RSE e certificação em Sistemas de Gestão de Responsabilidade Social Corporativa, uma vez que na literatura demonstram ser importantes para explicar o nível de atividades realizadas (Ferreira & Gabriel, 2019; Mendibil et al., 2007; Santos, 2011).

$$(2) \text{Freq}_i = \beta_1 + \beta_2 \text{conceito}_i + \beta_3 \text{estrat}_i + \beta_4 \text{cert}_i + \beta_5 \text{inov}_i + \beta_6 \text{incen}_i + \beta_7 \text{tamanho}_i + \beta_8 \text{idade}_i + \beta_9 \text{fam} + u_i$$

Modelo 1 e 2

Tabela 9- Especificação das variáveis do Modelo 1 e 2.

Variável dependente	Sigla	Definição
(1) Adoção de atividades de RSE	adopt	Variável binária (Toma o valor 1 quando a empresa realiza algum tipo de atividade e valor 0 se não realiza).
(2) Frequência da adoção de RSE	freq	Variável medida na escala ordinal (0 não desenvolve atividades; 1 raramente; 2 com alguma frequência; 3 frequentemente e 4 muito frequentemente)
Variável independente	Sigla	Definição
Conhecimento do Conceito RSE	conceito	Variável binária (Toma o valor 1 quando a empresa realiza algum tipo de atividade e valor 0 se não realiza)
Familiar	fam	Variável binária (Toma o valor 1 quando a empresa é familiar e valor 0 se não é familiar)
Inovação	inov	Performance da inovação (Soma conjunta da pontuação para cada tipo de inovação na pergunta 40, <i>p.e.</i> não inovou=0 e muito elevado=4)
Incentivos	incen	Variável binária (Toma o valor 1 quando a empresa recebeu incentivos ao investimento e valor 0 se não recebeu)
Tamanho	tamanho	Logaritmo natural do número de empregados
Idade	idade	Logaritmo natural do número de anos desde que a empresa foi criada
Exportação	export	Exportações em % do volume de negócios
(2) Estratégia	estrat	Variável binária (Toma o valor 1 quando a empresa apresenta estratégia e valor 0 se não apresenta)
(2) Certificação	cert	Variável binária (Toma o valor 1 quando a empresa está certificada com sistemas de Gestão de RS e valor 0 se não está)

Fonte elaboração própria.

4.2. Fatores que condicionam o impacto da Responsabilidade Social na performance

De forma a complementar o estudo, além de perceber o que condiciona a adoção ou a frequência com que as práticas são realizadas, o impacto que estas têm nos vários indicadores de performance, bem como os fatores que favorecem este impacto, é algo de extrema importância, principalmente para as PMEs.

No capítulo da literatura referente ao impacto da Responsabilidade Social, nos vários indicadores, foi visível que a grande maioria dos mesmos varia de forma favorável, segundo os autores, já mencionados, com implementação destas práticas. Para além disso, na literatura, os autores descrevem a existência de um efeito mediador e de reforço da inovação, na relação da RSE com a performance empresarial. Posto isto é importante verificar se a inovação, bem como outros fatores, condicionam este impacto que as empresas atribuem.

Para isso recorreremos a uma estimação econométrica através de um modelo *probit* ordenado, uma vez que a variável dependente está medida em escala ordinal. A perceção do impacto da RSE na variação da performance será analisada através da evolução de oito indicadores: Performance Financeira; Produtividade trabalhadores; Eficiência dos processos; Satisfação e bem-estar dos colaboradores; Rotatividade dos colaboradores; Imagem e reputação da empresa no geral; Sustentabilidade Ambiental e Competitividade Global da Empresa. No que respeita às variáveis explicativas, o impacto da Responsabilidade Social será analisado tanto ao nível das várias áreas (Ambiente, Comunidade Local, Colaboradores, Fornecedores e Clientes) como através da frequência com que estas são realizadas. As restantes variáveis são as utilizadas nas estimações anteriores, que podem ser vistas em detalhe na Tabela 10.

$$(3) \Delta Performance_i = \beta_1 + \beta_2 \text{estrat}_i + \beta_3 \text{form}_i + \beta_4 \text{amb}_i + \beta_5 \text{com}_i + \beta_6 \text{colab}_i + \beta_7 \text{forne}_i + \beta_8 \text{clien}_i + \beta_9 \text{inov}_i + \beta_{10} \text{incen}_i + \beta_{11} \text{tamanho}_i + \beta_{12} \text{idade}_i + \beta_{13} \text{export} + \beta_{14} \text{fam} + u_i$$

Tabela 10-Especificação das variáveis do Modelo 3.

Modelo 3		
Variável dependente	Sigla	Definição
Impacto da RSE na evolução dos indicadores de performance:	Δ Perform	
• Performance Financeira;	pf	Variável medida em escala ordinal
• Vendas	v	Yi=1 Muito negativo
• Produtividade trabalhadores;	pt	Yi=2 Negativo
• Eficiência dos processos	ep	Yi=3 Nulo
• Satisfação dos colaboradores;	sc	Yi=4 Positivo
• Rotatividade dos colaboradores;	rc	Yi=5 Muito positivo
• Imagem e reputação;	sa	
• Sustentabilidade Ambiental;	cg	
• Competitividade Global.		
Variável independente	Sigla	Definição
• Ambiente;	amb	
• Comunidade Local;	comu	Número de atividades realizadas por
• Colaboradores;	colab	categoria
• Fornecedores;	forn	
• Clientes.	clien	
Ferramentas formais de RSE	form	Variável binária (Toma o valor 1 quando a empresa rem utiliza ferramentas formais de RSE e valor 0 se não apresenta utiliza)
Consultar tabela anterior para as restantes variáveis		

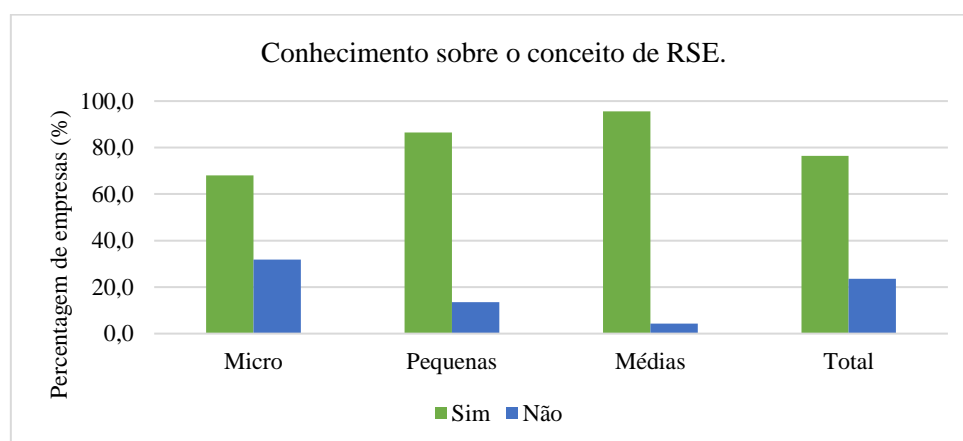
Fonte: Elaboração própria.

5. Resultados

5.1. Caracterização da RSE

Para caracterizar as práticas de Responsabilidade Social, nas PMEs da região de Aveiro, foi elaborado um conjunto de questões sobre esta temática. Contrariamente ao verificado na literatura, é visível que a grande maioria das empresas, nesta amostra, conhece o conceito de RSE (76.4%). Outra das informações que podemos retirar é a existência de uma relação positiva entre a proporção de empresas que compreendem este conceito e a dimensão da empresa, isto é, a categoria de média dimensão é a que apresenta uma maior percentagem de empresas com conhecimento sobre o conceito de Responsabilidade Social (Fig.5).

Figura 5- Caracterização da amostra relativamente ao conhecimento sobre o conceito de RSE.



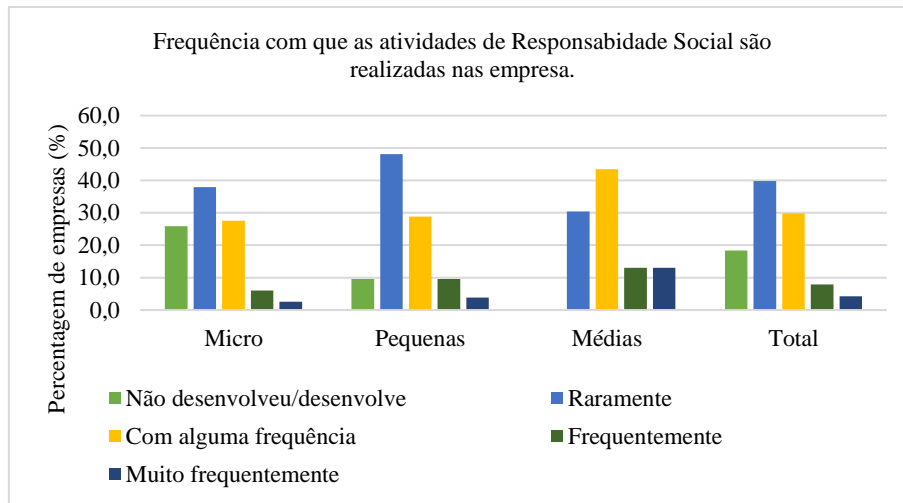
Fonte: Elaboração própria

No que respeita à adoção de atividades de RSE pelas empresas em análise, podemos concluir que existem mais empresas a realizar este tipo de atividade (81.7%) do que a não realizar (18.3%). Para além disso é visível que nas diferentes categorias de PME, as de maior dimensão não apresentam taxa de abstenção no que respeita à realização de atividades de RSE, ou seja, todas as empresas de média dimensão, inseridas na amostra, realizam algum tipo de atividade no âmbito da Responsabilidade Social. Já as micro e de pequena dimensão apresentam um conjunto de empresas sem este tipo de atividades (25.9% e 9.6% respetivamente).

Em acréscimo, interessa, também, perceber com que frequência essas atividades são praticadas nas empresas que as adotam (Fig.6). É visível que a maioria das empresas se situa com maior peso em níveis mais baixos de frequência. Contudo, como o verificado anteriormente, quando se analisa individualmente as diferentes categorias de dimensão das empresas, as de tamanho médio, são as que apresentam uma maior proporção de empresas nos indicadores de maior frequência e uma menor nos de baixa. Este resultado vai ao encontro do verificado por

Ferreira & Gabriel (2019), nas PMEs portuguesas, em que empresas maiores (50 a 249 empregados) tendem a ter níveis mais altos de RSE. Ou seja, de forma geral, a maioria das empresas, que constituem a amostra, realizam este tipo de atividade, no entanto a frequência com que estas são praticadas é baixa.

Figura 6- Caracterização da amostra relativamente à frequência com que as atividades de Responsabilidade são realizadas, considerando os últimos 3 anos.

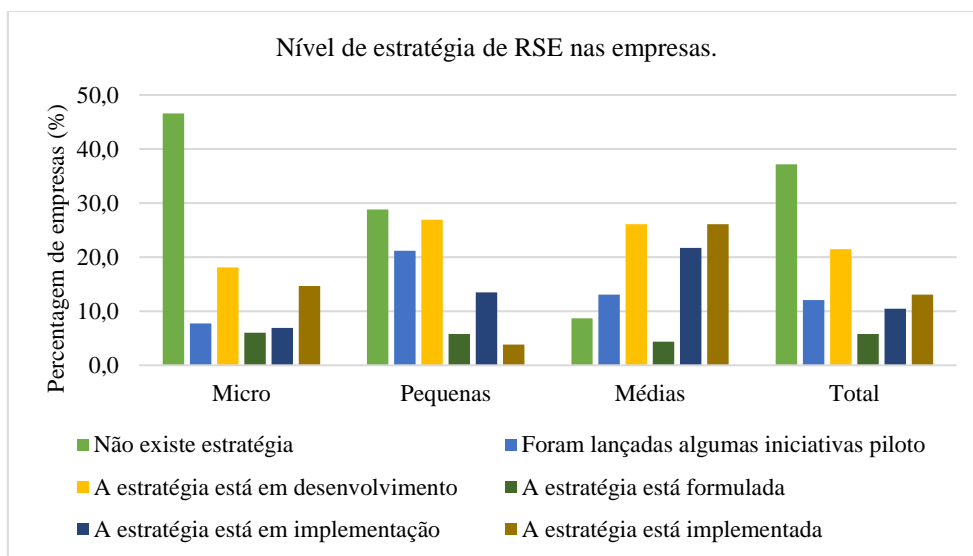


Fonte: Elaboração própria

Como foi verificado na literatura, para que uma empresa usufrua de benefícios na adoção de atividades de RSE, é importante que esta esteja vinculada na estratégia da mesma (Martinez-Conesa et al., 2017; Mendibil et al., 2007). Sendo assim, essa questão foi, também, alvo de avaliação neste questionário. Nesta amostra, podemos constatar que a maioria das empresas apresenta ter uma estratégia de Responsabilidade Social, apenas 37.2% refere não existir qualquer estratégia deste âmbito na sua empresa (Fig.7), contrariamente ao verificado por Santos (2011).

Discriminando entre as várias classes de dimensão das empresas, as de menor dimensão apresentam uma parcela superior de empresas a não possuir uma estratégia estabelecida, relativamente às pequenas (28.8%) e às de média dimensão, que apenas apresentam uma minoria de 8.7%. Ao examinar o nível de implementação das atividades de RSE, temos que 21.5% das empresas afirma que esta estratégia está ainda em fase de desenvolvimento, 12% lançaram apenas algumas ideias piloto, 13.1% afirmam ter já uma estratégia implementada, 10.5% esta ainda está em implementação e por fim, 5.8% apresentam ter uma estratégia formulada.

Figura 7- Caracterização da amostra relativamente à estratégia de Responsabilidade Social na empresa, considerando os últimos 3 anos.



Fonte: Elaboração própria

Abordando uma vertente mais formal da Responsabilidade Social (Tabela 11), nesta amostra, é visível que apenas uma minoria de 13.1% das empresas realiza relatórios de Sustentabilidade, das quais 16% disponibilizam os mesmos de forma pública. No que respeita à Certificação de Sistemas de Gestão o panorama é semelhante, em que apenas 3.7% das empresas encontra-se com este tipo de certificação. Nos diferentes tipos de empresas em análise, é visível que nas categorias de maior dimensão ocorre uma maior parcela de empresas a realizar relatórios de sustentabilidade e a torná-los públicos, bem como na certificação de sistemas de gestão. Podemos concluir que, nesta amostra, as empresas de média dimensão são as que exibem maior predisposição a utilizar ferramentas formais de Responsabilidade Social, e as de dimensão micro as menos adeptas. Numa forma geral, as PME aderem pouco à utilização de ferramentas formais, consequência esta decorrente da existência de custos associados a estas ferramentas (Battaglia et al., 2014).

Tabela 11- Caracterização da amostra relativamente à utilização de ferramentas formais de Responsabilidade Social.

Percentagem de empresas (%)			
Tipo de empresa	Relatórios de Sustentabilidade		Certificação com algum Sistema de Gestão de Responsabilidade Social
	Realização de Relatórios	Tornados Públicos ³	
Micro	11.2	0	3.4
Pequenas	13.5	28.6	1.9
Médias	21.7	40.0	8.7
Total	13.1	16.0	3.7

Fonte: Elaboração própria

Conhecidas, com base na literatura, as limitações relativamente aos recursos financeiros das PMEs, foi também analisada a existência de sistemas de incentivos, e consequentemente a avaliação da alteração que estes podem provocar nas práticas de Responsabilidade Social nas empresas. A existência de sistemas de incentivo ao investimento nesta amostra mostra-se reduzida, do total de empresas, aproximadamente 23% beneficia de incentivos ao investimento (Tabela 12). Desse mesmo total, 46.5% das empresas afirmam que estes proporcionam pouco impacto na alteração das práticas de RSE e 34.9% apresentam um impacto moderado. Para além dos incentivos, os prémios recebidos, pelas empresas, relacionados com a Responsabilidade Social ou a temas a ela associados, para além de incentivar a empresa, consiste numa fonte adicional de fundos monetários que podem auxiliar na prática destas atividades. À semelhança do verificado nos incentivos ao investimento, contudo num pior cenário, apenas 1% das empresas na amostra afirmam ter recebido um prémio associado à Responsabilidade Social. Para além disso, podemos verificar que desta parcela apenas fazem parte empresas de pequena dimensão, estando as outras duas categorias com valores nulos.

Tabela 12- Caracterização da amostra relativamente ao recebimento de prémios e incentivos ao investimento relacionados com a Responsabilidade Social.

Percentagem (%) de empresas						
Tipo de empresa	Recebimento de Prémio de RSE	Sistema de incentivo ao investimento				
		Beneficiárias do incentivo	Impacto do incentivo nas práticas de RSE			
			Nenhum impacto	Pouco impacto	Impacto moderado	Muito impacto
Micro	0	8.6	0	30.0	70.0	0
Pequenas	3.8	38.5	15.0	55.0	25.0	5.0
Médias	0	56.5	23.1	46.2	23.1	7.7
Total	1.0	22.5	14.0	46.5	34.9	4.7

Fonte: Elaboração própria.

³ A coluna refere-se à percentagem de empresas que tornam os relatórios públicos, relativamente ao total de empresas que realizaram relatórios de Responsabilidade Social.

5.1.1. Caracterização das várias áreas da RSE

Caracterizando as várias áreas da Responsabilidade Social, de forma geral (ver anexo A), é visível que algumas das empresas, em estudo, não realiza qualquer tipo de atividade nas diferentes áreas de RSE: Ambiente (6.81%); Comunidade local (20.4%); Colaboradores (9.4%); Fornecedores (66%) e Clientes (28.8%). Como podemos verificar, a prática mais comum entre as empresas, relativamente às várias áreas de RSE, diz respeito a atividades relacionadas com o Ambiente, onde ocorre a menor taxa de abstenção mencionada anteriormente. Logo em segundo lugar, e muito perto desta, está a categoria respeitante aos colaboradores, o que é coincidente com a literatura sobre as PME's portuguesas, em que a dimensão da RSE relacionada com os colaboradores é indicada como a mais importante para este tipo de empresa (Santos, 2011). Quando se discrimina o tipo de empresa, as de menor dimensão (micro) são as que apresentam maior abstinência em todas as categorias, já as de média dimensão realizam sempre qualquer tipo de atividade, não apresentando abstinência. Para além disso, estas apresentam, na grande maioria dos casos, um maior peso nas atividades realizadas, face às de tamanho micro e pequeno.

No que respeita aos tipos de atividades referidos, pelas empresas, como mais e menos comuns, estes serão especificados (por categoria) em seguida.

5.1.1.1. Ambiente

Começando pela categoria ambiente (Anexo A- Tabela 35), as práticas mais populares referidas pelas empresas dizem respeito à realização de reciclagem (82.7%), a não ocorrência de incidentes/ multas/coimas por falta de cumprimento da legislação ambiental (51.3%) e, por fim, ações para gestão eficiente de resíduos (27.7%). Já as menos comuns, referem-se à adesão de rótulos ambientais (9.4%), existência de um sistema de Gestão ambiental na empresa (7.9%) e a realização de ações e campanhas para disseminar a cultura sustentável (6.3%). Este resultado era o esperado, pois no estudo de Santos (2011) foi verificado que as empresas realizam mais atividades relacionadas com a redução de poluição, do que propriamente com sistemas de gestão ambiental.

É de salientar que 6.8% das empresas, em análise, não realiza qualquer tipo de prática ambiental, sendo esta apenas composta por empresas de dimensão micro e pequena. Todas as empresas de tamanho médio realizam algum tipo de atividade neste âmbito. Apesar da existência de uma taxa de abstenção, quando comparada com outras áreas da Responsabilidade Social, esta é a mais baixa, colocando as atividades ambientais como as mais adotadas pelas empresas em estudo.

5.1.1.2. Comunidade Local

A envolvimento com a comunidade local foi, também, um dos aspetos analisados (Anexo A Tabela 36). Nesta amostra foi notório que grande parte das empresas têm em conta o mercado local para realizar contratações de colaboradores, fornecedores e prestação de serviços (49%), de forma a contribuir para o desenvolvimento local. Para além disso, a promoção/patrocínio de eventos de cariz cultural, educacional (39.8%) e a integração dos jovens no mercado de trabalho (37.7%) fazem parte das atividades mais mencionadas pelas empresas. As menos mencionadas referem-se ao apoio/financiamento de projetos científicos/investigação na envolvente local (4.2%), à avaliação dos impactos sociais e ambientais dos projetos a implementar (3.1%) e promover ações de educação/sensibilização para a responsabilidade social na comunidade (3.1%). É importante referir que 20.4% das empresas afirma não realizar qualquer tipo de atividade que promova a comunidade local, mais uma vez, esta percentagem é menos elevada na categoria de média dimensão.

5.1.1.3. Colaboradores

Na componente “colaboradores” da RSE as empresas dão um lugar de destaque à promoção da segurança no local de trabalho (62.8%), da igualdade da remuneração (44%), financiamento da formação e aprendizagem dos trabalhadores (40.8%), bem como a opção de teletrabalho, dando flexibilidade à carga horária (36.1%). Já em minoria, encontram-se os serviços de apoio aos colaboradores e familiares (5.8%), a oferta de benefícios sociais de apoio à reforma (2.1%), disponibilização de cuidados de infância para os filhos dos colaboradores (2.1%) e por último o desenvolvimento de planos de carreiras (3.7%). No que respeita à abstenção, 9.4% das empresas não realiza qualquer tipo de atividade (ver anexo A Tabela 37).

5.1.1.4. Fornecedores

Esta área de Responsabilidade Social é onde ocorre a maior abstenção de realização de práticas de RSE, um total de 66% das empresas afirma não realizar qualquer tipo de atividade relacionada com os fornecedores. No que respeita às mais realizadas temos a formação/sensibilização dos fornecedores/prestadores de serviços para as questões ambientais (19.4%) e a existência de parcerias ao longo da cadeia de valor para promover produtos éticos (15.7%). As duas menos selecionadas pelas empresas dizem respeito à execução de auditorias externas ambientais aos fornecedores (1.6%) e a imposição de requisitos de Responsabilidade Social aos fornecedores (12%) (ver anexo A Tabela 38).

5.1.1.5. Clientes

Por fim, temos a categoria clientes que pretende avaliar a relação da empresa com os mesmos (Anexo A Tabela 39). Podemos observar que 44% das empresas referiu uma oferta de assistência pós venda incluindo reparação de forma a maximizar o ciclo de vida do produto, já 42.4% das empresas indicam a adaptação às necessidades futuras dos clientes como prática realizada. À semelhança do verificado nas práticas relacionadas com os fornecedores, as atividades menos frequentes baseiam se na execução de auditorias externas (1.6%) e imposição de requisitos de RSE (3.1%). É de salientar que esta é a segunda área de RSE a demonstrar uma maior percentagem de empresas a não realizar qualquer tipo de atividade (28.8%).

5.1.2. Motivações, objetivos e limitações na adoção de práticas de RSE

A literatura sobre as principais motivações, objetivos e limitações sobre as práticas de RSE nas empresas é escassa, principalmente para o caso de Portugal (Santos, 2011). Neste estudo esses parâmetros foram analisados e podem ser observados nas Tabelas 13, 14 e 15 (respetivamente), onde se apresenta a frequência relativa de ocorrência das empresas, pelos mesmos, é observada.

Iniciando esta análise pelas principais motivações evidenciadas pelas empresas, as três mais predominantes dizem respeito a preocupações ambientais (59.2% das empresas), princípios éticos e cívicos (51.8%) e, por fim, preocupações sociais (51.3%). Já as menos evidenciadas estão relacionadas com o cumprimento da legislação (18.3%), requisitos de mercado e pressão competitiva (17.8%) e a utilização de incentivos públicos (6.8%). Contudo 8.4% das empresas afirmam não ter qualquer motivação para a realização de atividades de RSE. Podemos perceber que a maior parte das empresas não pratica atividades de RSE numa ótica de obrigação, mas sim por preocupações ambientais, sociais e éticas. Quando se realiza a discriminação entre o tipo de empresa, as micro e médias assemelham-se à amostra total, contudo as pequenas empresas dão uma maior prioridade à preocupação social em relação aos princípios éticos e cívicos. Nas menos abordadas as micro dão o mesmo peso à diferenciação de mercado, espírito inovador e legislação (25%) e à utilização de incentivos públicos apenas 5.8% das empresas de pequena dimensão atribuem importância a esta motivação.

Abordadas sobre os principais objetivos na adoção destas atividades, as empresas, na sua maioria, afirmam que a satisfação dos colaboradores (56%), o aumento da eficiência dos processos (47.6%) e a valorização do produto oferecido (42.9%) fazem parte dos 3 objetivos mais importantes. Já os menos correspondem à realização de atividades de preservação ambiental (25.1%), ajudar a comunidade (17.8%) e por fim a não existência de qualquer objetivo (7.3%).

Ou seja, as empresas com a implementação destas atividades pretendem melhorar aspetos da mesma que lhes venha a permitir o ganho de benefícios, e não tanto o desempenho de atividades de cariz social. Este resultado está de acordo com Vo et al. (2015), em que as empresas realizam atividades de RSE com objetivos económicos e, também, direcionado para uma vertente interna da empresa (Santos, 2011), não pesando tanto a parte social e ambiental.

Discriminando, mais uma vez, entre a dimensão das empresas, na categoria micro podemos observar uma semelhança à amostra total, à exceção dos objetivos menos mencionados, em que a realização de atividades de preservação ambiental dá lugar ao aumento da produtividade dos colaboradores. No que respeita às categorias de pequena e média dimensão os principais objetivos baseiam-se nos mesmo da amostra como um todo, incluindo também o melhoramento da imagem da empresa.

Por fim, as principais limitações que as empresas apresentam como barreira à adoção de atividades de RSE, dizem respeito à escassez de recursos financeiros insuficientes (49.2%), falta de incentivos públicos (43.5%) e falta de tempo (41.9%). Já as menos evidenciadas baseiam-se no facto de estas atividades não serem consideradas uma prioridade (8.4%) e o não reconhecimento de benefícios significativos para a empresa. Por fim 2.1% das empresas referiram outras opções, como a dimensão reduzida da empresa, a burocracia e a não existência de obstáculos. É de notar que as empresas que escolheram esta opção enquadram-se na categoria micro. Na discriminação do tipo de empresa, tanto as limitações mais comuns como as incomuns são semelhantes às da amostra total.

Comparando estes resultados com a literatura já existente, à semelhança do averiguado por Santos (2011), que também analisa PMEs portuguesas, as barreiras mais comuns entre as empresas assemelham-se às deste estudo, como é o caso da falta de suporte público (Inyang, 2013; Santos, 2011), escassez de recursos financeiros (Laudal, 2011; Santos, 2011; Sweeney, 2007) e falta de tempo (Inyang, 2013; Observatory of Europeans SMEs, 2002; Santos, 2011; Sweeney, 2007). Contudo, a falta de conhecimento sobre estas práticas, que é uma das barreiras mais predominantes na literatura, apenas foi verificada na subcategoria de PME referente às microempresas, em que sensivelmente 33% das mesmas não apresenta ter conhecimento sobre estas práticas.

Tabela 13- Principais motivações das empresas para ingressarem nas atividades de RSE, considerando os últimos 3 anos.

Percentagem(%) de empresas				
Principais Motivações	Micro	Pequenas	Médias	Total
Preocupação ambiental	50	73.1	73.9	59.2
Princípios éticos e cívicos	46.6	53.8	73.9	51.8
Preocupação social	44.0	57.7	73.9	51.3
Preocupação económica	36.2	42.3	34.8	37.7
Diferenciação de mercado	31.0	25.0	26.1	28.8
Espírito inovador	23.3	25.0	17.4	23.0
Legislação	13.8	25.0	26.1	18.3
Requisitos de mercado e pressão competitiva	12.1	28.8	21.7	17.8
Utilizar incentivos públicos	7.8	5.8	4.3	6.8
Nenhuma	12.9	0	4.3	8.4

Fonte: Elaboração própria

Tabela 14- Principais objetivos das empresas na adoção de atividades de RSE, considerando os últimos 3 anos.

Percentagem (%) de empresas				
Principais objetivos	Micro	Pequenas	Médias	Total
Satisfação e bem estar dos colaboradores	51.7	73.1	39.1	56.0
Aumento da eficiência dos processos	43.1	57.7	47.8	47.6
Valorizar o produto/serviço oferecido ou vendido	41.4	46.2	43.5	42.9
Melhorar a reputação/imagem da empresa no geral	28.4	50	65.2	38.7
Aumentar a produtividade dos colaboradores	19.8	42.3	26.1	26.7
Melhorar a relação com parceiros de negócio	25.9	23.1	39.1	26.7
Melhorar a performance financeira	28.4	26.9	26.1	27.7
Realização de operações de preservação ambiental	23.3	25.0	34.8	25.1
Ajudar a comunidade	18.1	9.6	34.8	17.8
Nenhum	10.3	1.9	4.3	7.3

Fonte: Elaboração própria

Tabela 15-Principais limitações das empresas para não ingressarem em atividades de RSE, considerando os últimos 3 anos.

Principais limitações	Micro	Pequenas	Médias	Total
Recursos financeiro insuficientes	52.6	48.1	34.8	49.2
Falta de incentivos públicos para ações nestes temas	42.2	50	34.8	43.5
Falta de tempo	37.9	40.4	65.2	41.9
Falta de recursos humanos com especialização adequada	25.0	48.1	47.8	34.0
Falta de informação	29.3	23.1	4.3	24.6
Não é uma prioridade	6.9	7.7	17.4	8.4
Não reconhece benefícios significativos	2.6	3.8	0	2.6
Outro	3.4	0	0	2.1

Fonte: Elaboração própria.

5.2. Caracterização da inovação

Para analisar o nível de inovação das empresas em estudo, serão avaliadas duas vertentes da mesma: *Input* e *Output* (Tabela 16). A perspetiva de *input* refere-se aos recursos que são canalizados para o processo de inovação com o objetivo de alcançar a mesma, como é o caso das despesas em I&D e o número de colaboradores afetos à I&D. Já o *output* de inovação, diz respeito ao resultado do processo de inovação, neste caso podemos analisar indicadores como o número de patentes e de marcas registadas.

Começando a análise pelo investimento em I&D, verifica-se que em 2018 a maioria das empresas (67.5%) não realizou qualquer investimento em I&D. Consequentemente, apesar da média (em €) dessas despesas situar-se nos 59998.7€, a mediana apresenta-se com o valor zero e a dispersão (da amostra) mostra-se elevada. Esta falta de investimento era esperada, pois em Portugal, as despesas em I&D nas PME's estão muito abaixo da média Europeia (European Commission, 2019). Reforçando a ideia, na literatura é visível que a aposta neste tipo de atividades diminui com o tamanho, isto é, dentro da categoria de PME's as empresas com 50-249 empregados são as que apresentam maior percentagem de empresas a realizar este tipo de investimento (European Commission, 2017). Contudo, nas PME's em Portugal, no que respeita às despesas em I&D, estas estão muito abaixo da média Europeia, sendo dos países com menor percentagem de empresas a exibir atividades de I&D.

Relativamente ao número de colaboradores, o cenário é semelhante, aproximadamente 62% das empresas não apresenta colaboradores ao serviço da I&D, e dessa forma a mediana é nula e a média ronda os 2 trabalhadores. A maior parte das empresas classifica a evolução destes dois indicadores nos últimos 3 anos como nula (74.9% e 80.6% respetivamente) ou com um aumento ligeiro (12.6% e 11.5% respetivamente). No grupo de empresas de média dimensão, existe uma maior percentagem de empresas a investir em I&D, com colaboradores ao serviço e com marcas registadas, quando comparada com as categorias de micro e pequena dimensão.

Tabela 16- Caracterização da amostra relativamente à existência de inputs (despesas e alocação de colaboradores para I&D) vs. outputs de inovação (registo de patentes e marcas).

Percentagem (%) de empresas que indica realizar						
Tipo de empresa	Despesas em I&D (2018)	Nº de colaboradores em I&D (2018)	Registo de patentes		Registo de marcas	
			Até à atualidade	Nos últimos 3 anos	Até à atualidade	Nos últimos 3 anos
Micro	26.7	33.6	8.6	7.8	27.6	21.6
Pequenas	30.8	36.5	17.3	13.5	46.2	26.9
Médias	65.2	65.2	17.4	17.4	60.9	34.8
Total	32.5	38.2	12.0	10.5	36.6	24.6

Fonte: Elaboração própria.

Já numa perspetiva de *output*, uma minoria de 12% das empresas refere ter registado pelo menos uma patente até à atualidade, sendo que 88% não registou nenhuma patente durante a sua atividade. Com um maior peso, as marcas exibem aproximadamente 37% das empresas da amostra a registar pelo menos uma marca até à atualidade. Analisando apenas os últimos 3 anos de atividade, verificamos que a ocorrência de empresas a registar patentes ou marcas é menor (10.5% e 24.6% respetivamente).

No que respeita à informação sobre os tipos de inovação adotados pelas empresas, tendo por base os últimos 3 anos, podemos sumariar um conjunto de informações (Tabela 17). A inovação de processos, comparativamente à inovação organizacional e inovação de produto, é o tipo de inovação mais realizada pelas mesmas. Isto é, a percentagem de empresas a não inovar, no período analisado, é menor na inovação de processos. A inovação organizacional é a menos realizada pelas PME's em análise. Este resultado está de acordo com o verificado através dos dados do CIS para o período de 2014 a 2016, em que a propensão a adotar este tipo de inovação aumenta com o tamanho da empresa. O autor Ganter & Hecker (2013), também, verifica de forma empírica, que empresas menores não são tão suscetíveis a realizar inovação de cariz organizacional.

Para além disso, foi verificado que, em todos os indicadores de inovação, em análise, as empresas são mais suscetíveis a adotar inovação do que a criá-la. Isto pode estar relacionado com o nível de risco superior bem como de investimento de recursos que a criação de inovação exige (Pérez-Luño et al., 2011). Quando classificado o nível de inovação, é visível que a maioria de empresas considera que, nos últimos 3 anos, o nível de inovação foi moderado. Apenas uma baixa percentagem considera-o como muito elevado. Isto aplica-se quer para a adoção/criação de novos produtos/serviços, inovação de processos e organizacional, uma maioria de empresas a considerar o nível de inovação moderado (ver Anexo B- Tabela 40).

Tabela 17- Caracterização da amostra relativamente aos diferentes tipos de inovação, considerando os últimos 3 anos.

Percentagem (%) de empresas		
	Adoção	Criação
Inovação de Processos	78.0	70.7
Inovação Organizacional	73.3	66.5
Novos Produtos e ou serviços	75.9	73.8

Fonte: Elaboração própria.

Podemos concluir que, em relação à inovação, a maioria das empresas, da amostra, não disponibilizam muito dos seus recursos para o processo de inovação. Esta falta de afetação de recursos pode estar relacionada com os custos associados a este processo, que apresenta ser a limitação mais indicada pelas empresas portuguesas na literatura. Para além disso, a falta de financiamento, quer a nível interno, como externo, característico das PMEs, reduz a capacidade de as empresas realizarem este tipo de atividade e de disponibilizar recursos para tal. Já ao nível de produção de inovação, cruzando os dados relativamente ao registo de patentes, marcas e criação/adoção de inovações tecnológicas, organizacionais e de novos produtos/serviços, foi apurado que a grande maioria das empresas (87.4%) pratica alguma forma de inovação, nos últimos três anos.

Analisando os grupos de inovadores/ não inovadores com os grupos de empresas que praticam, ou não, atividades de RSE (Tabela 18), percebemos que desses 87.4% de empresas inovadoras, 75.4% realizam, também, atividades no âmbito da RSE. Já num caso completamente oposto temos que 6.3% do total de empresas não pratica inovação nem atividades de RSE. Na mesma proporção, encontramos as empresas que apenas praticam atividades no âmbito da Responsabilidade Social, mas que não inovam no período analisado. Em maior peso (12%) temos o oposto, empresas inovadoras, mas que não realizam atividades de RSE. Ou seja, podemos concluir que, na presente amostra, existem mais empresas a adotar ambas as atividades, do que a não realizar nenhuma. Para além disso, na amostra, existem mais empresas inovadoras do que a realizar unicamente atividades no âmbito da Responsabilidade Social, no período de observação.

Para podermos ver a comparação do grupo de inovadoras que realizam atividades de RSE com o grupo de não inovadoras e não praticantes de RSE, nas categorias de PME, foi realizada a Tabela 19, onde verificamos que o grupo das empresas inovadoras que realizam, também, atividades de RSE apresenta-se com maior peso nas de média dimensão, e menor nas microempresas. Para além disso, as médias empresas são as que mais adotam atividades de RSE e onde existe mais empresas a inovar, relativamente às restantes.

Tabela 18- Comparação de grupos de empresas inovadoras e não inovadoras com grupo que adotam e não adotam RSE, considerando os últimos 3 anos.

Percentagem (%) de empresas			
	Inova ⁴	Não inova ⁵	Total
Pratica RSE	75.4	6.3	81.7
Não pratica RSE	12.0	6.3	18.3
Total	87.4	12.6	100.0

Fonte: Elaboração própria

Tabela 19- Comparação de grupos de empresas inovadoras e não inovadoras com grupos que adotam ou não adotam RSE, por tipo de empresa, considerando os últimos 3 anos.

Percentagem (%) de empresas						
Tipo de empresa	Micro		Pequenas		Médias	
	Inova	Não inova	Inova	Não inova	Inova	Não inova
Pratica CSR	67.2	6.9	84.6	5.8	95.7	4.3
Não pratica CSR	16.4	9.5	7.7	1.9	0.0	0.0
Total	83.6	16.4	92.3	7.7	95.7	4.3

Fonte: Elaboração própria

⁴ Realizou pelo menos uma das seguintes atividades, nos últimos 3 anos: registo de marcas, registo de patentes, adoção/criação de inovações de processo, organizacionais e de novos produtos/serviços.

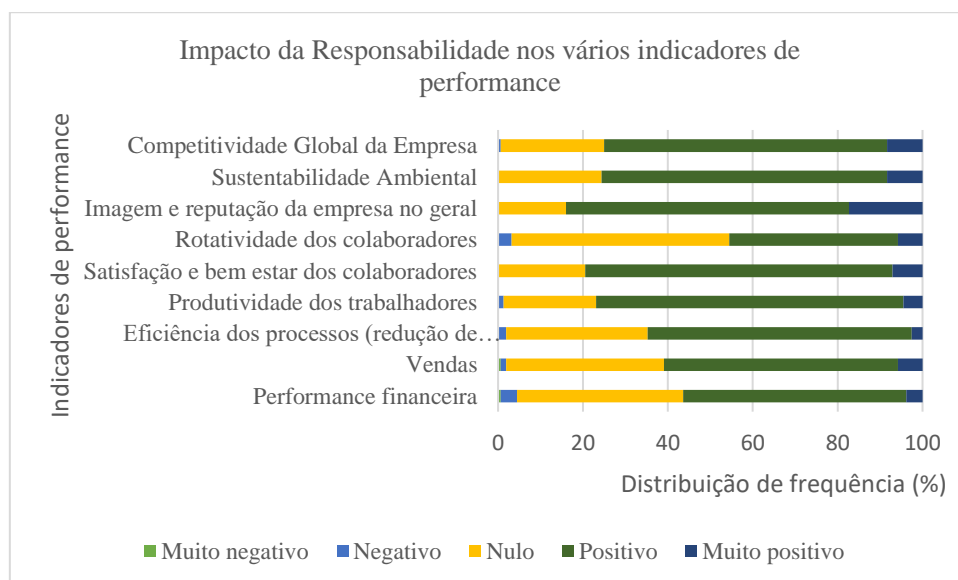
⁵ Não realizou nenhuma das atividades, nos últimos 3 anos, mencionadas na nota de rodapé anterior.

5.3. Percepção do impacto da Responsabilidade Social na performance das PMEs

Como já foi referido anteriormente, no capítulo respeitante à revisão de literatura, a análise das vantagens da RSE ao nível da performance de variados fatores que podem interferir na valorização da saúde financeira das empresas torna-se importante. E porquê? Para além desta ser cada vez mais reconhecida como uma estratégia a implementar pelas empresas (Lee, 2008), as motivações na adoção de Responsabilidade Social, na literatura, passam muito pelo aumento da lucratividade que estas possam proporcionar às empresas (European Commission, 2012; Santos, 2011).

Na literatura podemos observar uma ligação positiva entre a Responsabilidade Social e a performance da empresa em variadas vertentes. Neste caso serão analisados 8 indicadores que irão refletir o impacto da RSE no desempenho da empresa em várias vertentes: Performance financeira; Vendas; Eficiência dos processos; Produtividades dos trabalhadores; Satisfação dos colaboradores; Rotatividades dos colaboradores; Imagem e reputação da empresa; Sustentabilidade Ambiental e Competitividade Global da empresa. Esta análise será efetuada, apenas, no grupo de empresas que apresentaram ter realizado práticas de RSE, no período observado. Foi, então, analisado um total de 156 empresas.

Figura 8-Percepção do impacto da Responsabilidade nos vários indicadores de performance, considerando os últimos 3 anos.



Fonte: Elaboração própria.

Ao analisar os dados relativos à classificação do impacto das atividades em RSE nos vários indicadores utilizados para observar a performance das empresas (Fig.8), podemos sumariar um conjunto de informação que caracteriza, nesta amostra, esta relação.

Os indicadores relativos à performance financeira da empresa, bem como as vendas e a rotatividade dos colaboradores são apresentados como os indicadores com maior percentagem de empresas a declarar um impacto negativo da Responsabilidade Social, contudo esta é praticamente nula. Num nível neutro de impacto o mesmo ocorre, no entanto neste caso as percentagens apresentam-se mais elevadas. De forma geral estes três indicadores expõem a maior percentagem de empresas a apresentar um impacto negativo, ou nulo da Responsabilidade Social na performance.

Na grande maioria dos indicadores, à exceção da rotatividade dos colaboradores, mais de metade das empresas atribuem às práticas de RSE um impacto positivo da mesma. Verificámos, ainda, que os indicadores com maior percentagem de empresas a atribuir um impacto positivo das atividades de RSE dizem respeito à Satisfação e produtividades dos colaboradores, bem como da Sustentabilidade ambiental. É visível, também, que os indicadores com maior percentagem de empresas a atribuir um impacto muito positivo das atividades de RSE são a Imagem e Reputação, a sustentabilidade Ambiental e a Competitividade Global da empresa.

Podemos concluir que a Imagem e Reputação da empresa é a principal vantagem, para as empresas, que deriva da realização de práticas de Responsabilidade. Muitos são os autores que suportam este resultado. Akben-Selcuk (2019) afirma que as atividades de RSE, para além de melhorarem a relação com as partes interessadas, estas proporcionam uma melhoria na reputação da empresa. Na mesma linha de raciocínio Busch & Friede (2018) refere que o melhoramento da reputação da empresa, oriundo da realização das práticas de RSE, é o principal fator que irá proporcionar um impacto positivo na performance financeira de uma empresa. Hammann et al. (2009), também, verificam que práticas de RSE relacionadas com a sociedade melhoram muito a reputação de uma empresa. Esta reputação pode atrair novos investidores e novos clientes que cada vez mais são conscientes da necessidade da responsabilidade social (Battaglia et al., 2014). De forma geral, na literatura, uma melhor reputação é vista como algo que surge das práticas de RSE e para além disso, esta influência de forma positiva outros indicadores de performance como é o caso da performance financeira e das vendas.

Em segundo e terceiro lugar, temos a satisfação dos colaboradores e a produtividade dos mesmos que é vista, pela maioria das empresas, como sendo afetadas positivamente e muito positivamente pelas práticas da Responsabilidade Social (72.4%, 72.4% e 7.1%, 4.5% respetivamente). Na literatura verifica-se que essa relação positiva se baseia muito das práticas relacionadas com os colaboradores que a Responsabilidade Social engloba, em que estas tornam

os colaboradores mais satisfeitos e conseqüentemente mais produtivos (Hammann, Habisch, & Pechlaner, 2009).

A Sustentabilidade Ambiental exibe uma variação positiva relacionada com a influência das atividades de RSE, em que 67.3% das empresas atribuem um impacto positivo das mesmas e 8.3% refere que este impacto é muito positivo. Já as restantes empresas afirmam que o impacto é nulo. Iraldo et al. (2009) verificam que sistemas de gestão ambiental, que fazem parte de atividades de RSE, oferecem melhorias na performance ambiental de uma empresa. Reforçando esta ideia, Székely & Knirsch (2005), afirmam que práticas sustentáveis relacionadas com o ambiente, além de melhorar a performance ambiental, permitem às empresas serem mais sustentáveis a longo prazo.

Neste sentido, o aumento da competitividade global através do aumento da quota de mercado é, também, vista como uma das conseqüências resultante da realização de práticas responsáveis pelas empresas (Battaglia et al., 2014; Martinez-Conesa et al., 2017), proporcionando, assim, o desenvolvimento das economias regionais (Martinez-Conesa et al., 2017). Como a competitividade está relacionada com a diferenciação e capacidade concorrencial, um bom desempenho da RSE numa PME torna-se numa vantagem competitiva muito valiosa dada a sua exclusividade, já que esta área, para as empresas de pequena e média dimensão, é pouco acessível dada à falta de conhecimento e dos custos inerentes (Laudal, 2011). Nesta amostra não é diferente, em que 75% das empresas atribui um impacto positivo, dos quais 8.3% refere-se a um impacto muito positivo destas práticas.

No que respeita à eficiência dos processos, as empresas afirmam que a Responsabilidade Social é importante para a eficiência dos recursos, como por exemplo na redução dos custos. Na literatura encontramos autores a defender esta relação positiva, em que as atividades de RSE acrescentam valor à empresa através da redução de custos (Battaglia et al., 2014; Perrini et al., 2011).

Com níveis de impacto positivo menos visíveis, temos a evolução das vendas, que apesar de inferior às restantes, mostra-se ainda com a maioria (60.9 %) das empresas a atribuir um impacto positivo, dos quais 5.8% refere-se a muito positivo. Na literatura validamos esta ligação, encontrando evidências de um impacto positivo das práticas de Responsabilidade Social na evolução das vendas (Battaglia et al., 2014; Cho et al., 2019; Prado-Lorenzo et al., 2008). Na performance financeira, vemos esta relação positiva, contudo em menor grau que a anterior. Wang et al. (2015) verificam a existência de uma relação de causalidade entre as variáveis RSE e Performance financeira, contudo esta apresenta-se de forma unidirecional, sendo a primeira variável a influenciar, de forma positiva, a outra. Outros são os autores que encontram uma relação positiva (Burlea-Schiopoiu & Mihai, 2019; Cho et al., 2019; Reverte et al., 2016).

A Rotatividade dos colaboradores, que apresenta ser o único indicador com a maior parte das empresas a exibir um impacto negativo ou nulo da Responsabilidade Social (54.5%), é visto na literatura por Battaglia et al. (2014) e Cochran (2007), como algo que está positivamente relacionado com algumas atividades da Responsabilidade Social, mais propriamente com os recursos humanos.

5.4. Estudo econométrico

Sumário estatístico

O sumário estatístico das variáveis, dos três modelos estimados, pode ser observado no Anexo C (Tabelas 41 e 42). Apesar da amostra ser, no seu total um conjunto de 191 empresas, para efeitos de estimação foram eliminadas algumas empresas, que apresentavam idade nula, relativamente ao ano base (2018). A diferença do número de observações entre as variáveis relativas à adoção e frequência de RSE com o modelo relacionado com os fatores que determinam o impacto da RSE nos vários indicadores de performance, deve-se ao facto de no último apenas se analisar empresas que tenham exibido a realização destas atividades, no período analisado. Nas tabelas presentes no Anexo c, para além do número de observações, é fornecida informação respeitante à média e desvio padrão, bem como o máximo e mínimo que cada variável pode tomar.

Análise da matriz das correlações

A Tabela 20 mostra a matriz das correlações das variáveis relativas ao estudo dos determinantes da adoção de atividades de RSE, nas empresas. Através desta matriz podemos analisar o estado de relação entre as variáveis, contudo a causalidade não está subjacente a esta análise. Verificamos que o conceito, o incentivo ao investimento, o tamanho, a idade e também a inovação estão positivamente correlacionadas com adoção destas atividades, sendo que a inovação apresenta ter a relação mais forte com esta variável. Ou seja, por exemplo, com o aumento da performance inovadora, a adoção destas práticas também aumenta. Para além disso, observamos que o tamanho se relaciona positivamente com o conhecimento sobre o que é a Responsabilidade Social, bem como com a idade, o nível de exportação e a performance em inovação.

Analisando as correlações entre as variáveis do segundo modelo (Tabela 21), verificamos que a frequência com que as atividades de Responsabilidade Social são praticadas relaciona-se positivamente com um conjunto de variáveis. Desse conjunto fazem parte o conhecimento do conceito, o incentivo ao investimento, o tamanho da empresa e ainda a inovação, certificação em

sistema de gestão e a incorporação da RS numa estratégia. Neste caso a relação mais forte ocorre entre a frequência e a existência de uma estratégia, estando a inovação em segundo lugar. Ou seja, temos que a existência de uma estratégia de RSE relaciona-se positivamente com níveis mais altos de realização destas atividades. Altos níveis de frequência estão, também, positivamente relacionados com uma melhor performance inovadora, na empresa.

Finalizando esta análise com o último modelo, de modo a apresentar, de forma mais explícita, a correlação entre os vários indicadores de performance empresarial e as variáveis em estudo, bem como a relação entre esses mesmos indicadores é exibida a Tabela 22. Podemos verificar que a performance inovadora se relaciona, de forma positiva, com todos os indicadores de performance em análise, sendo a relação mais forte a do impacto da RSE na evolução da performance financeira. Para além da inovação, a existência de uma estratégia está relacionada com o aumento do impacto de RSE nos vários indicadores, validando a sua importância.

Relativamente à categoria ambiente, esta apenas apresenta estar estatisticamente significativa correlacionada, de forma positiva, com a imagem e reputação da empresa, bem como com a sustentabilidade ambiental da mesma, sendo que esta correlação é mais forte no que respeita à última. As atividades no âmbito da comunidade local estabelecem uma relação positiva com a eficiência dos processos e a sustentabilidade ambiental. Já os fornecedores apresentam essa ligação com rotatividade dos colaboradores, sustentabilidade ambiental e competitividade da empresa. A categoria respeitante aos colaboradores e clientes são as que apresentam um maior conjunto de correlações estatisticamente significativas. No caso dos colaboradores, vemos que as atividades realizadas neste âmbito se correlacionam positivamente com o impacto da RSE nos indicadores eficiência dos processos, rotatividade, produtividade e satisfação dos colaboradores, bem como imagem e reputação, sustentabilidade ambiental e competitividade da empresa também aumenta. Esta correlação é mais forte para a rotatividade dos colaboradores.

Por fim, verificamos que a categoria clientes relaciona-se positivamente com todos os indicadores de performance, exibindo uma relação mais forte com a Imagem e reputação, sustentabilidade ambiental e competitividade global da empresa (de forma decrescente). Também verificámos que a maior parte das características específicas à empresa estabelece uma correlação negativa com os indicadores de performance, contudo apresenta-se estatisticamente não significativa.

Analisando a correlação entre o impacto atribuído aos diferentes indicadores verificamos que todos eles, entre si, estabelecem uma correlação positiva e significativa, à exceção da sustentabilidade ambiental com a rotatividade dos colaboradores. A correlação mais forte encontrada diz respeito às vendas com a performance financeira, como, também da última com a competitividade global da empresa. A relação entre a imagem e reputação da empresa com a competitividade, em geral, apresenta-se igualmente com relevo.

Tabela 20- Matriz das correlações entre as variáveis do Modelo 1.

Matriz das correlações- Modelo1								
	adopt	conceito	fam	incen	tamanho	idade	export	inov
adopt	1							
conceito	0.273***	1						
fam	-0.012	-0.0298	1					
incen	0.233***	0.1511**	0.0113	1				
tamanho	0.3028***	0.1880**	0.0757	0.4385***	1			
idade	0.1749**	0.0593	0.2776***	0.1865**	0.5631***	1		
export	0.1186	0.0113	0.0753	0.3016***	0.3175***	0.0453	1	
inov	0.4055***	0.0936	0.0492	0.3281***	0.1565***	0.0669	0.2985***	1

Fonte: Elaboração própria (arredondado às 4 casas decimais).

Nota: *, ** e *** denota significância estatística ao nível 0.1, 0.05 e 0.01 respetivamente.

Tabela 21- Matriz das correlações entre as variáveis do Modelo 2.

Matriz das correlações- Modelo2										
	freq	conceito	fam	incen	tamanho	idade	export	inov	estrat	cert
freq	1									
conceito	0.206***	1								
fam	-0.054	-0.029	1							
incen	0.187**	0.151**	0.011	1						
tamanho	0.316***	0.188**	0.076	0.439***	1					
idade	0.193***	0.059	0.278***	0.187**	0.563***	1				
export	0.083	0.011	0.075	0.302***	0.318***	0.0453	1			
inov	0.389***	0.094	0.049	0.328***	0.157***	0.0669	0.299***	1		
estrat	0.158**	0.042	0.082	0.091	0.085	0.0105	0.013	0.095	1	
cert	0.485***	0.339***	-0.083	0.317***	0.293***	0.129*	0.06*	0.307***	-0.025	1

Fonte: Elaboração própria (arredondado às 3 casas decimais).

Nota: *, ** e *** denota significância estatística ao nível 0.1, 0.05 e 0.01 respetivamente.

Tabela 22- Matriz das correlações entre as variáveis do Modelo 3.

Matriz das correlações- Modelo 3									
	pf	v	ep	pt	sc	rc	ir	sa	cg
amb	-0.068	-0.043	-0.023	0.027	0.031	0.073	0.147*	0.345***	0.003
comu	0.037	-0.014	0.157*	0.059	0.057	0.120	0.127	0.157*	0.020
colab	0.024	-0.054	0.165**	0.165**	0.167**	0.232***	0.148*	0.192**	0.010
forn	0.120	0.087	0.128	0.114	0.092	0.163**	0.126	0.238***	0.171**
clien	0.192**	0.198**	0.181**	0.215***	0.180**	0.185**	0.268***	0.229*	0.242***
inov	0.276***	0.232***	0.185**	0.192**	0.228***	0.166**	0.142*	0.168**	0.180**
incen	0.045	0.060	0.001	0.099	0.036	0.069	0.026	0.022	0.045
tamanho	-0.081	-0.086	-0.040	-0.016	0.018	0.053	0.116	0.058	0.113
idade	-0.105	-0.129	-0.099	-0.076	-0.052	-0.048	0.029	0.003	-0.028
export	-0.035	0.051	-0.076	0.068	0.086	-0.035	0.046	0.015	0.081
fam	-0.077	-0.013	0.002	-0.057	0.044	-0.030	0.025	0.076	0.023
estrat	0.145*	0.154*	0.139*	0.233**	0.186**	0.086	0.211**	0.328***	0.217***
form	0.084	0.028	0.147*	0.081	0.069	0.155*	-0.000	0.076	0.029
pf	1								
v	0.776***	1							
ep	0.397***	0.378***	1						
pt	0.329***	0.349***	0.506***	1					
sc	0.335***	0.301***	0.192**	0.634***	1				
rc	0.376***	0.302***	0.335***	0.421***	0.304***	1			
ir	0.416***	0.358***	0.209**	0.415***	0.545***	0.411***	1		
sa	0.150*	0.191**	0.275***	0.236***	0.277***	0.245	0.426***	1	
cg	0.591***	0.577***	0.355***	0.444***	0.450***	0.321***	0.5834***	0.280***	1

Fonte: Elaboração própria (arredondado às 3 casas decimais).

Nota: *, ** e *** denota significância estatística ao nível 0.1, 0.05 e 0.01 respectivamente.

5.4.1. Determinantes da adoção e frequência das atividades de RSE

Analisando os efeitos marginais das variáveis na adoção de práticas de RSE, (Tabela 23), como era o esperado, mantendo tudo constante, com o aumento do nível de inovação (em uma unidade), a probabilidade de a empresa ter adotado atividades de RSE aumenta em 2.09 pontos percentuais, ou seja, empresas que apresentem uma melhor performance de inovação são mais propensas a adotar atividades de Responsabilidade Social na empresa. Esta relação positiva é identificada na literatura por vários autores (Canh et al., 2019; Mendibil et al., 2007).

O tamanho afeta também de forma positiva a adoção destas práticas, mantendo tudo o resto constante, o aumento de 1% do mesmo, aumenta a probabilidade da adoção de práticas de RSE em 6.7 pontos percentuais, aproximadamente. No que respeita ao conceito, as empresas que exibem ter conhecimento sobre estas práticas têm uma maior probabilidade de exibir a realização de práticas de RSE, em 16.62 pontos percentuais.

O efeito da idade e da utilização de incentivos ao investimento apesar de serem positivos, como o esperado, não apresentam ter significância estatística. Já a exportação e o facto de a empresa ser familiar, apresenta-se com impacto negativo, mas, também, não aparentam ser estatisticamente significativos. Esta falta de significância estatística pode estar relacionada com a amostra reduzida deste estudo. No que respeita às probabilidades no caso de não existir adoção de atividades ($Pr(Adopt_i = 0)$), o mesmo se verifica para todos os efeitos marginais das variáveis explicativas, contudo com sinais contrários.

Tabela 23- Efeitos marginais das variáveis explicativas na adoção de atividades de RSE.

Efeitos marginais- Adoção de atividades de RSE		
Variáveis	Pr ($Adopt_i = 0$)	Pr ($Adopt_i = 1$)
conceito	-0.1662**	0.1662**
inov	-0.0209**	0.0209**
incen	-0.0338	0.0338
tamanho	0.0668**	0.0668**
idade	-0.0011	0.0011
export	0.0516	-0.0516
fam	0.0494	-0.0494

Fonte: Elaboração própria (arredondado às 4 casas decimais).

Nota: ** denota significância estatística ao nível 0.05.

Analisando os efeitos marginais das variáveis explicativas na frequência com que as atividades são realizadas (Tabela 24), verificamos que o conhecimento sobre o conceito de RSE, apesar de aumentar a probabilidade de adoção destas atividades, aparenta não ser significativo para explicar a frequência com que estas são realizadas. O tamanho, a presença de uma estratégia de RSE, a certificação da empresa, bem como o nível de inovação da empresa são fatores que diminuem a probabilidade de a empresa não realizar qualquer tipo atividades de RSE. O mesmo ocorre ao analisar uma frequência relativamente baixa (raramente).

Esta tendência reverte-se quando observamos níveis superiores de frequência. Tanto o tamanho como a inovação e a existência de uma estratégia, aumentam a probabilidade de realizar atividades de RSE com alguma frequência. Mais especificamente, o aumento de 1% do tamanho da empresa e o aumento de uma unidade no nível de inovação aumenta em 4.82 e 1.95 pontos percentuais esta probabilidade, respetivamente. No caso da estratégia, verificamos que as empresas que apresentem algum nível de estratégia em RSE têm uma maior probabilidade de realizar atividades com alguma frequência em 26.74 pontos percentuais, relativamente às que não

exibem estratégia. De forma frequente esta relação positiva diz respeito a 1.58, 0.64 e 8.10 pontos percentuais (respetivamente). A certificação apresenta afetar positivamente apenas o nível intermédio de frequência de forma significativa. Empresas com certificação com algum Sistema de Gestão de Responsabilidade Social Corporativa têm uma maior probabilidade em 16.48 pontos percentuais, comparativamente às não certificadas.

Para níveis de frequência máxima, a inovação e a existência de uma estratégia de RSE nas empresas, mostram-se como as variáveis mais importantes para aumentar a probabilidade de execução das atividades a esse nível. O aumento de uma unidade na classificação do nível de inovação aumenta a probabilidade de as atividades serem realizadas com muita frequência em 0.2 pontos percentuais. Já as empresas que têm estratégia veem esta probabilidade superior em 2.68 pontos percentuais, relativamente às empresas sem estratégia. No que respeita às outras variáveis, estas demonstram ser estatisticamente não significativas.

Podemos concluir, no que respeita à adoção, que conhecimento sobre o conceito de Responsabilidade Social, como o esperado, influencia, de forma positiva a adoção destas práticas nas PME. O que está de acordo com a literatura em que a falta de conhecimento sobre estas práticas inibe a adoção das mesmas (Inyang, 2013) traduzindo-se numa barreira evidenciada pelas empresas. Para além disso o tamanho e a inovação são determinantes que demonstram facilitar a adoção destas práticas nas PMEs. A inovação é vista na literatura como um determinante importante para a adoção de atividades de RSE (Korra et al., 2018; Martinez-Conesa et al., 2017; Reverte et al., 2016).

No que respeita ao estudo da frequência com que são realizadas (Tabela 24), mais uma vez, o tamanho da empresa proporciona a realização com maior frequência das atividades de RSE, o que vai ao encontro do verificado na literatura por Santos (2011) e Sweeney (2007), em que o nível de atividades de RSE aumenta com o tamanho da empresa. A inovação aumenta, também, a frequência com que estas são realizadas. Vários autores estabelecem uma relação de reciprocidade entre estas variáveis (Korra et al., 2018; Martinez-Conesa et al., 2017; Reverte et al., 2016). O papel da inovação é visto como fator essencial para a adoção de atividades de Responsabilidade Social nas empresas e, conseqüentemente, uma maior valorização das mesmas no valor da empresa (Canh et al., 2019; Mendibil et al., 2007). Para além da inovação, a implementação de uma estratégia, mostra-se muito importante para que as empresas realizem atividades com maior frequência estas atividades, e não de forma esporádica. Neste sentido, os autores Santos (2011) e Mendibil et al.(2007) referem que as empresas quando não implementam uma estratégia no âmbito da Responsabilidade Social, estas atividades quando praticadas, são realizadas de forma ocasional e não assiduamente.

No caso da idade, era expectável uma maior frequência das atividades de RSE, com o aumento da idade (Ferreira & Gabriel, 2019). Esse sinal de impacto foi verificado, contudo não

são reconhecidas como estatisticamente significativas. No entanto, a certificação com sistema de Gestão de Responsabilidade Social Corporativa, verificada como fator positivo para o nível de realização de atividades por Ferreira & Gabriel (2019), mostra-se com impacto negativo na probabilidade de a empresa não realizar atividades de RSE ou então estas serem de baixa frequência, mas influencia de forma positiva para níveis maiores de frequência.

Tabela 24- Efeitos marginais das variáveis explicativas no nível de frequência das atividades de RSE.

Efeitos marginais- Frequência das atividades de RSE					
	Pr(Freq_i=0)	Pr(Freq_i=1)	Pr(Freq_i=2)	Pr(Freq_i=3)	Pr(Freq_i=4)
fam	0.0425	0.0447	-0.0594	-0.0208	-0.0069
tamanho	-0.0356**	-0.0335*	0.0482**	0.0158*	0.0050
idade	-0.0173	-0.0163	0.0234	0.0077	0.0024
export	0.0454	0.0428	-0.0615	-0.0202	-0.0064
inov	-0.0144***	-0.0136***	0.0195***	0.0064***	0.0020**
incen	0.0763	0.0512*	-0.0928	-0.0268	-0.0079
estrat	-0.2525***	-0.1227***	0.2674***	0.0810***	0.0268**
cert	-0.1034 ***	-0.2527*	0.1648***	0.1235	0.0679
conceito	-0.0219	-0.0187	0.0288	0.0090	0.0028

Fonte: Elaboração própria (arredondado às 4 casas decimais).

Nota: *, ** e *** denota significância estatística ao nível 0.1, 0.05 e 0.01 respetivamente.

5.4.2. Determinantes do impacto da RSE nos indicadores de performance

Analisando, por fim, os fatores que podem condicionar o impacto que as atividades de RSE proporcionam à performance das empresas, podemos realizar esta análise para nove indicadores diferentes: Performance financeira; Evolução das vendas; Eficiência dos processos; Satisfação dos colaboradores; Produtividade dos colaboradores; Rotatividade; Imagem e reputação; Sustentabilidade ambiental e Competitividade global da empresa.

Começando pela performance financeira (Tabela 25) e vendas (Tabela 26), podemos observar que a inovação é importante para que o efeito da Responsabilidade Social na evolução destes indicadores seja positivo. Verificamos que o aumento da performance inovadora em uma unidade, aumenta a probabilidade de uma empresa atribuir um impacto positivo da Responsabilidade Social na evolução da performance financeira e das vendas, em 2.03 e 1.31 pontos percentuais, respetivamente. Já no que respeita à atribuição de um impacto muito positivo, esta probabilidade aumenta em 0.42 pontos percentuais no caso da performance financeira e 0.46 pontos percentuais nas vendas.

A eficiência dos processos foi, também, um indicador analisado (Tabela 27). Neste caso apenas as variáveis relacionadas com a comunidade e utilização de ferramentas formais apresenta ter um efeito de causalidade positiva, e estatisticamente significativa, no impacto da RSE na eficiência dos processos. Ou seja, empresas que apresentem ferramentas formais de RSE têm uma maior probabilidade de atribuir um impacto positivo da RSE neste indicador em 14.27 pontos percentuais, comparativamente às empresas que não possuem este tipo de ferramenta. Para além disso, com o aumento de atividades realizadas no âmbito da comunidade em uma unidade, esta probabilidade aumenta em 4.04 pontos percentuais.

Analisando agora os indicadores relacionados com os colaboradores, nomeadamente a produtividade (Tabela 28) e satisfação dos mesmos (Tabela 29), bem como o nível de rotatividade (Tabela 30). Começando pelo primeiro, observamos que o aumento do número de atividades relacionadas com os colaboradores e clientes em uma unidade, aumenta a probabilidade das empresas atribuírem um impacto positivo da RS na produtividade dos trabalhadores em 1.67 e 4.16 pontos percentuais, respetivamente. Para além destas atividades, empresas com uma estratégia no âmbito da responsabilidade social têm uma maior probabilidade de aferir um impacto positivo, ou muito positivo em 16.78 e 3.37 pontos percentuais (respetivamente), comparativamente às empresas sem estratégia. O aumento das atividades relacionadas com os colaboradores em uma unidade afeta, também, de forma positiva, o impacto positivo que a Responsabilidade Social apresenta na rotatividade e satisfação dos colaboradores em 2.26 e 1.08 pontos percentuais, sendo que na satisfação dos colaboradores a existência de uma estratégia também favorece esta probabilidade em 4.32 pontos percentuais.

Na imagem e reputação da empresa (Tabela 31), vemos que a probabilidade da classificação dada ao impacto da RS na mesma ser de forma muito positiva é maior em 9.62 pontos percentuais nas empresas que apresentam uma estratégia. Esta probabilidade, também, aumenta à medida que o número de atividades praticadas na empresa, da categoria clientes, aumenta, isto é, o aumento em uma unidade no número de atividades relativamente à componente clientes, aumenta a probabilidade do impacto da RS ser muito positivo em 5.40 pontos percentuais.

No que respeita à sustentabilidade ambiental (Tabela 32), como era de esperar, verifica-se que com o aumento do número de atividades relacionadas com o ambiente em uma unidade, a probabilidade da RS atribuir um impacto positivo ou muito positivo a este indicador aumenta em 2.88 e 1.49 pontos percentuais. Empresas com uma estratégia elaborada, também, veem estas probabilidades superiores às empresas que não elaboram uma estratégia em 20.42 e 5.92 pontos percentuais (respetivamente). É de realçar que a categoria ambiente, afeta negativamente os indicadores relativos à performance financeira, eficiência dos processos e a competitividade global da empresa.

Por fim, competitividade global (Tabela 33), este é o indicador que apresenta um maior conjunto de variáveis a estabelecerem uma relação positiva e estatisticamente significativa. Destas fazem parte o tamanho da empresa, a estratégia e as atividades relacionadas com os clientes. O tamanho, neste caso, apenas mostra-se importante para a atribuição do impacto da RSE na competitividade da empresa, isto é, com o aumento da dimensão em 1% a probabilidade de a competitividade evoluir de forma positiva devido a RS, aumenta em 5.62 pontos percentuais e 2.96 pontos percentuais no caso do impacto ser muito positivo. Com o aumento das atividades relacionadas com os clientes, em uma unidade, a probabilidade do impacto da RSE ser positivo e muito positivo aumenta em 3.97 e 2.09 pontos percentuais, respetivamente. Neste sentido, empresas com uma estratégia de RSE elaborada, têm uma maior probabilidade de obter esses níveis de impacto em 14.13 e 4.88 pontos percentuais.

Comparando a informação recolhida neste estudo com a literatura, verificamos que a existência de uma estratégia de RSE é favorável para a perceção de um impacto positivo da RSE na produtividade e satisfação dos colaboradores, bem como na competitividade, sustentabilidade ambiental e reputação da empresa. Isto está de acordo com o encontrado na literatura em que a elaboração de uma estratégia permite, às empresas, usufruir de um maior conjunto de benefícios através da realização de atividades de RSE (Martinez-Conesa, Soto-Acosta, & Palacios-Manzano, 2017; Mendibil et al., 2007), e também permite que estes sejam mais sustentáveis (Mendibil et al., 2007).

Já a inovação apresenta ser muito importante para a responsabilidade social impactar de forma positiva, tanto a performance financeira, como as vendas. Este resultado pode ser suportado

pelo verificado pelos autores Canh et al. (2019), Mendibil et al. (2007) e Shen et al. (2018), em que a inovação permite uma maior valorização da RSE em alguns indicadores de performance, nomeadamente na performance financeira e na evolução das vendas. Esta relação positiva pode ser explicada pela utilização dos clientes como principal fonte de informação para a criação de inovação nas empresas, levando assim a uma inovação que vai muito ao encontro das necessidades e expectativas dos mesmos (Mendibil et al., 2007). Então, como atividades em RSE visam uma relação mais próxima com clientes, esta proximidade irá proporcionar, ainda mais, uma inovação que preenche as necessidades dos mesmos, influenciando de forma positiva as vendas e consequentemente a performance financeira.

A realização de atividades no âmbito dos colaboradores, como era de esperar, aparenta ser muito relevante para que a Responsabilidade Social proporcione um impacto favorável na satisfação, produtividade e rotatividade dos colaboradores. Os autores Hammann et al. (2009), validam esta relação ao comprovar que este tipo de atividades permite às empresas melhorar a satisfação e produtividade dos trabalhadores, para além disso evidenciou que esta componente é muito importante para as empresas, pois foi verificado que atividade de RSE relacionadas com os colaboradores, em relação às restantes áreas, ocupam um lugar de destaque na criação de valor económico. No que respeita à rotatividade dos trabalhadores, os autores Battaglia et al. (2014) e Cochran (2007) comprovam que esta evolui de forma favorável com a prática destas atividades.

Abordando as atividades relacionadas com os clientes esta possibilita às empresas melhorar a sua imagem, bem como aumentar a competitividade global da empresa e a produtividade dos colaboradores. Os autores Battaglia et al. (2014) encontram uma relação positiva entre atividades deste âmbito com a atratividade da empresa, bem como a conquista de novos clientes. Ou seja, práticas relacionadas com os clientes tanto aproximam mais clientes, como melhoram a reputação, que por sua vez atrai, também, novos clientes, traduzindo-se numa maior competitividade. Uma maior produtividade dos colaboradores pode ser explicada pela relação que existe entre estes e os clientes (Hammann et al., 2009), em que uma relação mais próxima da empresa com os clientes, permitirá aos colaboradores uma relação mais próxima com os mesmos e consequentemente uma maior produtividade.

A adoção de práticas relacionadas com a comunidade e a existência de ferramentas formais, como relatórios de sustentabilidade e a certificação em sistemas de gestão em RS, neste estudo, mostram influenciar, de forma positiva, a eficiência dos processos numa empresa. Perrini et al. (2011), neste seguimento verificam que atividades no âmbito da sociedade são importantes para que a empresa se torne mais eficiente ao nível dos processos.

Por último, foi verificado que atividades na Categoria ambiente, melhoram a sustentabilidade ambiental da empresa (Székely & Knirsch, 2005). Contudo, afeta negativamente os indicadores relativos à performance financeira, eficiência dos processos e a competitividade

global da empresa. Este resultado, não era o esperado, contudo alguns autores também não encontraram uma relação positiva entre atividades de cariz ambiental e a performance de mercado (Iraldo, Testa, & Frey, 2009). Para além disso, este resultado pode estar relacionado com o período temporal analisado. Horváthová (2012), verifica que a performance ambiental influencia, de forma positiva, a performance financeira apenas numa ótica de longo tempo, não suportando a mesma para o curto prazo. Também afirma que esta relação negativa é proporcionada pelo acréscimo de custos inerentes a estas práticas.

Tabela 25- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação da performance financeira.

Modelo 3- Performance Financeira					
	Pr(yi=1)	Pr(yi=2)	Pr(yi=3)	Pr(yi=4)	Pr(yi=5)
incen	0.0009	0.0058	0.0290	-0.0298	-0.0058
tamanho	-0.0002	-0.0015	-0.0080	0.0081	0.0017
idade	0.0006	0.0043	0.0226	-0.0229	-0.0047
familiar	0.0009	0.0062	0.0333	-0.0333	-0.0072
export	0.0031	0.0215	0.1117	-0.1131	-0.0233
inov	-0.00057	-0.0039**	-0.0200***	0.0203***	0.0042**
estrat	-0.0030	-0.0187	-0.0849	0.0905	0.0161
form	-0.0011	-0.0081	-0.0457	0.0446	0.0103
amb	0.0009	0.0063*	0.0327**	-0.0331**	-0.0068*
comu	-0.0004	-0.0027	-0.0138	0.0140	0.0029
colab	0.0000	0.0001	0.0006	-0.0006	-0.0001
forn	-0.0005	-0.0031	-0.0161	0.0163	0.0033
clien	-0.0009	-0.0064	-0.0333	0.0337	0.0069

Fonte: Elaboração própria (arredondado às 4 casas decimais).

Nota: *, ** e *** denota significância estatística ao nível 0.1, 0.05 e 0.01 respetivamente.

Tabela 26- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação das vendas.

Modelo 3- Vendas					
	Pr(yi=1)	Pr(yi=2)	Pr(yi=3)	Pr(yi=4)	Pr(yi=5)
incen	0.0007	0.0011	0.0182	-0.0149	-0.0051
tamanho	0.0000	0.0000	-0.0007	0.0006	0.0002
idade	0.0013	0.0022	0.0375	-0.0304	-0.0106
fam	-0.0008	-0.0014	-0.0232	0.0190	0.0065
export	-0.0009	-0.0016	-0.0265	0.0215	0.0075
inov	-0.0006	-0.0010	-0.0162**	0.0131*	0.0046*
estrat	-0.0060	-0.0093	-0.1297	0.1127	0.0323
form	-0.0002	-0.0003	-0.0050	0.0041	0.0014
amb	0.0007	0.0011	0.0189	-0.0153	-0.0053
comu	-0.0001	-0.0001	-0.0020	0.0016	0.0006
colab	0.0003	0.0005	0.0085	-0.0069	-0.0024
forn	-0.0005	-0.0008	-0.0141	0.0114	0.0040
clien	-0.0017	-0.0029	-0.0494	0.0401	0.0140

Fonte: Elaboração própria (arredondado às 4 casas decimais).

Nota: * e ** denota significância estatística ao nível 0.1 e 0.05, respectivamente.

Tabela 27- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação da eficiência dos processos.

Modelo 3- Eficiência dos processos					
	Pr(yi=1)	Pr(yi=2)	Pr(yi=3)	Pr(yi=4)	Pr(yi=5)
incen		0.0076	0.0868	-0.0876	-0.0068
tamanho		-0.0008	-0.0103	0.0102	0.0009
idade		0.0034	0.0437	-0.0432	-0.0039
fam		-0.0049	-0.0594	0.0594	0.0049
export		0.0090	0.1157	-0.1144	-0.0103
inov	n.a ⁶	-0.0008	-0.0100	0.0099	0.0009
estrat		-0.0111	-0.1179	0.1202	0.0088
form		-0.0093	-0.1546*	0.1427*	0.0211
amb		0.0039	0.0506***	-0.0501***	-0.0045
comu		-0.0032	-0.0408	0.0404*	0.0036
colab		-0.0010	-0.0126	0.0124	0.0011
forn		-0.0012	-0.0155	0.0153	0.0014
clien		-0.0031	-0.0395	0.0391	0.0035

Fonte: Elaboração própria (arredondado às 4 casas decimais).

Nota: *me ** denota significância estatística ao nível 0.1 e 0.01 respectivamente.

⁶ O termo n.a diz respeito à não aplicabilidade.

Tabela 28- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na produtividade dos colaboradores.

Modelo 3- Produtividade dos colaboradores					
	Pr(yi=1)	Pr(yi=2)	Pr(yi=3)	Pr(yi=4)	Pr(yi=5)
incen		-0.0014	-0.0191	0.0155	0.0051
tamanho		0.0020	0.0261	-0.0215	-0.0067
idade		-0.0003	-0.0045	0.0037	0.0012
fam		0.0017	0.0228	-0.0185	-0.0060
export		-0.0108	-0.1405	0.1155	0.0358
inov	n.a	-0.0001	-0.0017	0.0014	0.0004
estrat		-0.0199	-0.1816**	0.1678**	0.0337**
form		-0.0051	-0.0766	0.0561	0.0256
amb		0.0018	0.0238*	-0.0195	-0.0061
comu		0.0009	0.0112	-0.0092	-0.0029
colab		-0.0016	-0.0203**	0.0167**	0.0052*
forn		-0.0004	-0.0051	0.0042	0.0013
clien		-0.0039	-0.0506*	0.0416*	0.0129*

Fonte: Elaboração própria (arredondado às 4 casas decimais).

Nota: * e ** denota significância estatística ao nível 0.1 e 0.05 respectivamente.

Tabela 29- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação da satisfação dos colaboradores.

Modelo 3- Satisfação dos colaboradores					
	Pr(yi=1)	Pr(yi=2)	Pr(yi=3)	Pr(yi=4)	Pr(yi=5)
incen			0.0672	-0.0447	-0.0225
tamanho			-0.0109	0.0068	0.0041
idade			0.0174	-0.0108	-0.0066
fam			-0.0513	0.0332	0.0181
export			-0.0930	0.0578	0.0352
inov			-0.0092	0.0057	0.0035
estrat	n.a		-0.1495*	0.1063	0.0432**
form			-0.0460	0.0259	0.0201
amb			0.0234	-0.0145	-0.0089
comu			0.0084	-0.0052	-0.0032
colab			-0.0174*	0.0108*	0.0066*
forn			-0.0025	0.0015	0.0009
clien			-0.0358	0.0222	0.0135

Fonte: Elaboração própria (arredondado às 4 casas decimais).

Nota: * e ** denota significância estatística ao nível 0.1 e 0.05 respectivamente.

Tabela 30- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação da rotatividade dos colaboradores.

Modelo 3- Rotatividade dos colaboradores					
	Pr(yi=1)	Pr(yi=2)	Pr(yi=3)	Pr(yi=4)	Pr(yi=5)
incen		-0.0020	-0.0140	0.0123	0.0037
tamanho		-0.0020	-0.0214	0.0190	0.0056
idade		0.0032	0.0214	-0.0190	-0.0056
fam		0.0000	-0.0002	0.0002	0.0001
export	n.a	0.0238	0.1590	-0.1412	-0.0416
inov		-0.0010	-0.0066	0.0059	0.0017
estrat		-0.0019	-0.0126	0.0113	0.0033
form		-0.0158	-0.1393	0.1116	0.0435
amb		0.0035	0.0236	-0.0209	-0.0062
comu		0.0008	0.0053	-0.0047	-0.0014
colab		-0.0038*	-0.0254**	0.0226**	0.0067**
forn		-0.0028	-0.0189	0.0168	0.0050
clien		-0.0069	-0.0463	0.0411	0.0121

Fonte: Elaboração própria (arredondado às 4 casas decimais).

Nota: * e ** denota significância estatística ao nível 0.1 e 0.05 respectivamente.

Tabela 31- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação da imagem e reputação da empresa.

Modelo 3- Imagem e Reputação da empresa					
	Pr(yi=1)	Pr(yi=2)	Pr(yi=3)	Pr(yi=4)	Pr(yi=5)
incen			0.0993	-0.0155	-0.0838
tamanho			-0.0273	-0.0002	0.0275
idade			0.0033	0.0000	-0.0033
fam			-0.0148	0.0002	0.0146
export			-0.0223	-0.0002	0.0225
inov	n.a		-0.0024	0.0000	0.0024
estrat			-0.1198*	0.0237	0.0962**
form			0.0064	-0.0001	-0.0064
amb			0.0036	0.0000	-0.0036
comu			0.0002	0.0000	-0.0002
colab			-0.0041	0.0000	0.0042
forn			0.0069	0.0001	-0.0069
clien			-0.0536**	-0.0004	0.0540**

Fonte: Elaboração própria (arredondado às 4 casas decimais).

Nota: * e ** denota significância estatística ao nível 0.1 e 0.05 respectivamente.

Tabela 32-Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação da sustentabilidade ambiental.

Modelo 3- Sustentabilidade Ambiental					
	Pr(yi=1)	Pr(yi=2)	Pr(yi=3)	Pr(yi=4)	Pr(yi=5)
incen			0.0993	-0.0709	-0.0284
tamanho			0.0306	-0.0202	-0.0104
idade			-0.0079	0.0052	0.0027
fam			-0.0769	0.0533	0.0236
export			0.0144	-0.0095	-0.0049
inov			-0.0023	0.0015	0.0008
estrat	n.a		-0.2634***	0.2042**	0.0592***
form			-0.0208	0.0132	0.0075
amb			-0.0436***	0.0288**	0.0149**
comu			0.0178	-0.0117	-0.0061
colab			-0.0047	0.0031	0.0016
forn			-0.0486	0.0320	0.0165
clien			-0.0208	0.0137	0.0071

Fonte: Elaboração própria (arredondado às 4 casas decimais).

Nota: ** e *** denota significância estatística ao nível 0.05 e 0.01 respetivamente.

Tabela 33- Efeitos marginais das variáveis explicativas no impacto da RSE na variação da competitividade global da empresa.

Modelo 3 – Competitividade global					
	Pr(yi=1)	Pr(yi=2)	Pr(yi=3)	Pr(yi=4)	Pr(yi=5)
incen		0.0044	0.1296	-0.0962	-0.0378*
tamanho		-0.0022	-0.0836**	0.0562**	0.0296**
idade		0.0011	0.0426	-0.0286	-0.0151
fam		-0.0019	-0.0660	0.0463	0.0216
export		-0.0015	-0.0549	0.0369	0.0195
inov	n.a	-0.0002	-0.0089	0.0060	0.0031
estrat		-0.0072	-0.1829**	0.1413*	0.0488**
form		0.0009	0.0310	-0.0217	-0.0102
amb		0.0009	0.0330**	-0.0222**	-0.0117**
comu		0.0000	0.0012	-0.0008	-0.0004
colab		0.0001	0.0050	-0.0034	-0.0018
forn		-0.0014	-0.0521	0.0350	0.0185
clien		-0.0016	-0.0591**	0.0397**	0.0209*

Fonte: Elaboração própria (arredondado às 4 casas decimais).

Nota: * e ** denota significância estatística ao nível 0.1 e 0.05 respetivamente.

6. Conclusões

Deste estudo, dirigido às PME, da região de Aveiro, foi possível sumariar um conjunto de conclusões relativamente à Responsabilidade Social, performance e inovação, de forma a responder às questões de investigação propostas. No seguimento das mesmas, para de melhor forma apresentar a informação recolhida, foi realizada uma tabela, que exhibe as considerações finais para cada objetivo estabelecido (Tabela 34).

A maioria das PME, analisadas, exercem atividades no âmbito da Responsabilidade Social, contudo a frequência com que estas são praticadas mostra-se, ainda, de baixa intensidade. Contrariamente ao verificado na literatura, apesar de ainda pouco desenvolvida, a maioria das empresas analisadas apresentam ter uma estratégia de RSE, contudo a utilização de ferramentas formais, nesta amostra, enquadra-se com o verificado em estudos anteriores, refletindo uma pouca adesão a este tipo de ferramenta. As atividades mais frequentes entre as PME analisadas estão relacionadas com o ambiente e, também, com os colaboradores. Já as menos realizadas dizem respeito à componente de RSE relativa aos clientes e fornecedores. Realizando esta análise nas diferentes categorias de PME, as de média dimensão, relativamente às de dimensão micro e pequena, apresentam ter um desempenho superior quer ao nível da realização de atividades (em todas as áreas de RSE), conhecimento sobre as práticas, implementação de estratégia, como na adoção de ferramentas formais.

No que respeita às motivações, objetivos e limitações na realização de práticas de RSE, foi visível que os principais fatores que levam uma empresa adotar este tipo de atividade, relacionam-se com preocupações ambientais, sociais e éticas e, não tanto por uma obrigação legal. Já os objetivos estão direcionados para uma vertente interna da empresa, isto é, satisfação dos colaboradores, maior eficiência dos processos e valorização do produto. Por fim, as limitações mais comuns que condicionam a adoção deste tipo de práticas baseiam-se na falta de recursos financeiros, de incentivos públicos e de escassez de tempo.

Abordando a componente Inovação, é visível que a maioria das empresas referem ter inovado no período analisado, sendo que o tipo de inovação mais praticado se refere à inovação por processo, comparativamente à organizacional e inovação de produto. É, também, importante salientar que em grande maioria estão, igualmente, as empresas que inovaram e realizaram atividades de RSE simultaneamente, no período analisado.

Para além da recolha deste conjunto de informação, o estudo serviu para analisar os fatores que determinam a adoção e a frequência com que as atividades são realizadas. A inovação aparenta ter uma influência positiva, quer na probabilidade da adoção, como na de frequência com que as atividades são realizadas, validando assim o verificado na literatura que aponta para uma relação de reforço entre a inovação e práticas de RSE. Para além da inovação, o tamanho da empresa aparenta, também estar relacionado de forma positiva com ambas. Empresas de maior

dimensão têm maior probabilidade em adotar atividades de RSE, bem como de realizá-las com maior frequência. No caso da adoção, o conhecimento do conceito apresenta-se influenciar positivamente a mesma, o que era de esperar. Já no que respeita à frequência das atividades, na empresa, esta mostra-se muito relacionada com a existência de uma estratégia no âmbito da Responsabilidade Social, bem como com a certificação de um sistema de gestão. Foi verificado que empresas que elaborem uma estratégia e que tenham alguma certificação relacionada com sistemas de gestão de Responsabilidade Social, têm maior probabilidade de alcançarem níveis superiores de atividades de RSE.

O estudo dos determinantes da adoção e frequência das atividades de RSE, torna-se ainda mais pertinente dado o impacto positivo das mesmas nos vários indicadores de performance expostos neste estudo. Foi visível que, apenas uma minoria atribui um impacto negativo da Responsabilidade Social na evolução de alguns indicadores, nomeadamente na performance financeira, vendas e rotatividade dos colaboradores. Contudo, a grande maioria das empresas atribui um impacto positivo a todos os indicadores, com exceção da rotatividade dos colaboradores. A Imagem e Reputação da empresa é vista como o benefício com mais relevo que resulta da realização destas práticas, logo a seguir temos a satisfação colaboradores e a produtividade dos mesmos.

Podemos concluir que a Responsabilidade Social, nas empresas, apresenta uma mais valia para as mesmas em várias vertentes. O facto da Imagem e Reputação da empresa ser o indicador com uma evolução mais favorável é uma vantagem importantíssima. Na literatura para além de evidenciar o melhoramento da imagem da empresa através das práticas de Responsabilidade Social, esta mostra influenciar de forma positiva outros indicadores como as vendas (Hammann et al., 2009) e a performance financeira (Akben-Selcuk, 2019; Busch & Friede, 2018), através do ganho de novos clientes, que cada vez mais se preocupam com questões sociais e ecológicas (Battaglia et al., 2014; Martinez-Conesa et al., 2017). Este estudo serve, assim, como um incentivo para a adoção destas práticas nas empresas, ao evidenciar os potenciais benefícios que resultam das mesmas.

Para além disso, foi verificado, neste estudo, que a inovação é um determinante importante para a perceção de um impacto positivo da Responsabilidade Social na evolução da performance financeira e das vendas. Já outros fatores como as atividades relacionadas com os colaboradores, permite à empresa, através da Responsabilidade Social, beneficiar de uma maior produtividade e satisfação dos colaboradores, bem como uma melhoria na rotatividade dos mesmos. A elaboração de uma estratégia, apresenta-se como um fator que influencia, positivamente, uma maior quantidade de indicadores de performance, desde a competitividade e reputação global da empresa, como na sustentabilidade ambiental e produtividade dos trabalhadores. As atividades relacionadas com os clientes demonstram ser um veículo da RS, que

proporciona uma melhor reputação e produtividade dos colaboradores. Já as atividades no âmbito da comunidade e a existência de ferramentas formais, aparenta influenciar a eficiência dos processos. Por fim a categoria ambiente aumenta a performance ambiental e conseqüentemente a sustentabilidade ambiental das empresas. Contudo este tipo de atividades, neste estudo, afeta negativamente outros indicadores, como a performance financeira. Este resultado pode ser explicado pelos custos que estão associados a estas práticas, numa visão de curto prazo. Desta análise retiramos que as várias áreas de Responsabilidade Social afetam diferentes tipos de indicadores de performance, reforçando a necessidade da adoção das várias categorias de RSE simultaneamente, numa empresa.

Tabela 34- Síntese dos principais objetivos e conclusões retiradas do estudo.

Objetivos	Conclusões
Caracterizar práticas de RSE na amostra	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Maioria das empresas realiza atividades de RSE, mas com baixa frequência; ✓ A elaboração de uma estratégia em RSE é frequente nas empresas; ✓ Pouca utilização de ferramentas formais de RSE; ✓ As atividades mais realizadas estão relacionadas com o ambiente e colaboradores; ✓ Empresas realizam estas práticas por preocupações ambientais, sociais e éticas, já os objetivos passam por proporcionar benefícios internos; ✓ As limitações na adoção, destas práticas, mais referidas baseiam-se na escassez de recursos financeiros, incentivos públicos e de tempo.
Caracterizar a inovação na amostra	<ul style="list-style-type: none"> ✓ A maioria das empresas apresenta ter inovado, no período analisado; ✓ Em grande maioria estão, igualmente, as empresas que inovaram e realizaram atividades de RSE simultaneamente; ✓ O tipo de inovação mais praticado diz respeito à inovação de processos; ✓ A inovação menos realizada refere-se à inovação organizacional.
Condicionantes na adoção de atividades de RSE	<ul style="list-style-type: none"> ✓ A inovação desempenha um papel importante para adoção de atividades de RSE, isto é, empresas com melhor desempenho de inovação apresentam ter maior probabilidade de adotar estas práticas; ✓ Empresas de maior dimensão (dentro da categoria PME), têm maior probabilidade de adotar estas atividades; ✓ O conhecimento do conceito subjacente à RS revela-se, também, um fator determinante para a adoção.
Condicionantes da frequência das atividades de RSE	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Empresas com melhor performance inovadora, têm maior probabilidade de realizar atividades de RSE com níveis maiores de frequência; ✓ A elaboração de uma estratégia, certificação em sistemas de gestão de RS e o tamanho, afetam positivamente a probabilidade das empresas realizarem as atividades com maior frequência;
RSE e performance	<ul style="list-style-type: none"> ✓ A imagem e reputação da empresa apresenta ser o benefício com maior impacto que resulta das práticas de Responsabilidade Social; ✓ A grande maioria das empresas atribui um impacto positivo a todos os indicadores; ✓ A rotatividade dos colaboradores apresenta-se como o indicador com menor impacto positivo da RSE. ✓ De forma geral, a RSE mostra-se muito importante para o ganho de benefícios ao nível da performance.
Condicionantes do impacto da RSE na performance	<ul style="list-style-type: none"> ✓ A inovação é um determinante importante para o impacto positivo da RS na evolução da performance financeira e das vendas; ✓ Atividades relacionadas com os colaboradores são importantes para a rotatividade, produtividade e satisfação dos colaboradores; ✓ A estratégia de RSE, apresenta-se como um fator que influencia, positivamente a competitividade, reputação, sustentabilidade ambiental e produtividade dos trabalhadores. ✓ As atividades relacionadas com os clientes demonstram ser um veículo da RS, que proporciona uma melhor reputação e produtividade dos colaboradores; ✓ As atividades comunidade e a existência de ferramentas formais, aparenta influenciar positivamente a eficiência dos processos; ✓ Por fim a categoria ambiente aumenta a performance ambiental e conseqüentemente a sustentabilidade ambiental das empresas.

Fonte: Elaboração própria.

Limitações, contributos e sugestões de pesquisa futura

As limitações deste estudo, baseiam-se muito na falta de disponibilização de dados para as PME's, tanto no campo da Responsabilidade Social como da inovação. Consequentemente, a elaboração de um questionário é a metodologia mais frequente para obter os dados. Contudo este método tem as suas desvantagens, uma vez que não é controlada a veracidade das respostas reportadas pelas empresas e a dimensão da amostra é muito condicionada pela adesão das mesmas em participar no questionário. Para além disso, a não existência de dados quantitativos, apenas qualitativos é outras das limitações deste estudo.

Abordando as contribuições deste estudo, foi visível que a maioria da literatura se direciona para empresas de grande dimensão, sendo assim a escolha deste tipo de empresa, que representa quase a totalidade do tecido empresarial Português, uma adição para a literatura sobre este tema, pelo tipo de empresa escolhido, preenchendo a lacuna existente. Para além disso, dada a pouca, ou até nenhuma, disponibilidade de dados para as PME's em Portugal, a realização deste estudo contribuirá para uma melhor compreensão da realidade vivida por estas empresas em Portugal, e consequentemente um acréscimo na disponibilização de dados, que se encontra escassa.

Como sugestões de pesquisa futura, espera-se um aumento da amostra para de melhor forma representar a realidade das PME's, na região de Aveiro, e consequentemente resultados mais robustos e representativos. Também seria pertinente uma análise mais aprofundada do papel da inovação na relação com a Responsabilidade Social, recorrendo aos diferentes tipos de inovação. A análise setorial, também, seria um bom seguimento deste estudo.

Referências

- Akben-Selcuk, E. (2019). Corporate social responsibility and financial performance: The moderating role of ownership concentration in Turkey. *Sustainability (Switzerland)*, *11*(13). <https://doi.org/10.3390/su11133643>
- Atalay, M., Anafarta, N., & Sarvan, F. (2013). The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *75*, 226–235. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.04.026>
- Baptista, H. (2015). *Adoção da Responsabilidade Social por parte das micro e pequenas e médias empresas Portuguesas: Uma análise a entidades dos distritos de Bragança e Vila Real* (Tese de mestrado, Instituto Politécnico de Bragança). Retrieved from <http://hdl.handle.net/10198/12642>
- Battaglia, D., Neirotti, P., & Paolucci, E. (2018). The role of R&D investments and export on SMEs' growth: a domain ambidexterity perspective. *Management Decision*, *56*(9), 1883–1903. <https://doi.org/10.1108/MD-02-2017-0136>
- Battaglia, M., Testa, F., Bianchi, L., Iraldo, F., & Frey, M. (2014). Corporate social responsibility and competitiveness within SMEs of the fashion industry: Evidence from Italy and France. *Sustainability (Switzerland)*, *6*(2), 872–893. <https://doi.org/10.3390/su6020872>
- Bowen, H. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper & Row.
- Burlea-Schiopoiu, A., & Mihai, L. (2019). An integrated framework on the sustainability of SMEs. *Sustainability (Switzerland)*, *11*(21). <https://doi.org/10.3390/su11216026>
- Busch, T., & Friede, G. (2018). The robustness of the corporate social and financial performance relation: A second-order meta-analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *25*(4), 583–608. <https://doi.org/10.1002/csr.1480>
- Canh, N., Liem, N., Thu, P., & Khuong, N. (2019). The impact of innovation on the firm performance and corporate social responsibility of Vietnamese manufacturing firms. *Sustainability*, *11*(13). <https://doi.org/10.3390/su11133666>
- Carroll, A. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, *4*(4), 497–505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- Carroll, A. (1983). Corporate social responsibility: Will industry respond to cutbacks in social program funding? *Journal Vital Speeches of the Day*, *49*(19), 604–608.
- Carroll, A. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, *34*(4), 39–48. [https://doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](https://doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- Carroll, A. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business and Society*, *38*(3), 268–295. <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>

- Cefiss, E., & Marsili, O. (2003). Survivor: The Role of Innovation in Firms' Survival. *Tjalling C. Koopmans Research Institute*, 3(18), 1–29.
- Cho, S., Chung, C., & Young, J. (2019). Study on the relationship between CSR and financial performance. *Sustainability (Switzerland)*, 11(2), 1–26. <https://doi.org/10.3390/su11020343>
- Choi, J., Kim, S., & Yang, D. (2018). Small and medium enterprises and the relation between social performance and financial performance: Empirical evidence from Korea. *Sustainability (Switzerland)*, 10(6), 15–19. <https://doi.org/10.3390/su10061816>
- Cochran, P. (2007). The evolution of corporate social responsibility. *Business Horizons*, 50(6), 449–454. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2007.06.004>
- Cohen, W., & Klepper, S. (1996). A reprise of size and R&D. *The Economic Journal*, 106(437), 925–951. <https://doi.org/10.2307/2235365>
- Comissão Europeia. (2001). *Livro Verde-Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*. Bruxelas: COM(2001) 366 final.
- Comissão Europeia. (2003). Recomendação da Comissão de 6 de Maio de 2003 relativa à definição de micro, pequenas e médias empresas. *Jornal Oficial Da União Europeia*, 1–14. Retrieved from <https://www.iapmei.pt/getattachment/PRODUTOS-E-SERVICOS/Qualificacao-Certificacao/Certificacao-PME/Recomendacao-da-Comissao-2003-361-CE.pdf.aspx>
- Comissão Europeia. (2006a). A nova definição de PME - Guia do utilizador e modelo de declaração. *Empresas e Indústria*, 1–50. Retrieved from http://www.pofc.qren.pt/ResourcesUser/2013/Publicacoes/Guia_Definicao_PME.pdf
- Comissão Europeia. (2006b). *Comunicação da Comissão ao parlamento Europeu, ao conselho e ao comité económico e social Europeu- Implementação da parceria para o crescimento e o emprego:Tornar a europa um pólo de excelência em termos de responsabilidade social das empresas*. Retrieved from <https://ci.nii.ac.jp/naid/110004000229/>
- Comissão Europeia. (2008). *Comunicação da comissão ao parlamento Europeu, ao conselho, ao comité económico e social Europeu e ao comité das regiões-«Think Small First» Um «Small Business Act» para a Europa*.
- Comissão Europeia. (2010). *Comunicação da Comissão Europa 2020:Estratégia para um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo*.
- Comissão Europeia. (2011). *Comunicação da Comissão ao parlamento Europeu , ao conselho, ao comité económico e social Europeu e ao comité das regiões-Responsabilidade social das empresas: uma nova estratégia da UE para o período de 2011-2014*. <https://doi.org/10.1590/s1809-98232013000400007>
- Cordeiro, A., & Vieira, F. (2012). Barriers to Innovation in Smes : an International Comparison. *II Conferência Internacional de Integração Do Design, Engenharia e Gestão Para a*

Inovação, 21–23.

- Correia, A. (2013). *A Responsabilidade Social e as PME: As Práticas de RSE das Microempresas* (Tese de mestrado, Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa). Retrieved from <http://hdl.handle.net/10400.21/3492>
- Čučković, N., & Vučković, V. (2019). EU R&D funding as a way of incentivizing innovation of SMEs: A review of impacts. *Croatian Economic Survey*, 20(2), 97–127. <https://doi.org/10.15179/CES.20.2.4>
- Davis, K. (1960). Can Business Afford to Ignore Social Responsibilities? *California Management Review*, 2(3), 70–76. <https://doi.org/10.2307/41166246>
- De-Oliveira, F., & Rodil-Marzábal, Ó. (2019). Structural characteristics and organizational determinants as obstacles to innovation in small developing countries. *Technological Forecasting and Social Change*, 140, 306–314. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.12.021>
- Dewar, R., & Dutton, J. (1986). The Adoption of Radical and Incremental Innovations: An Empirical Analysis. *Management Science*, 32(11), 1422–1433. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.11.1422>
- DGEEC. (2018). Principais resultados: CIS 2016 – Inquérito Comunitário à Inovação. <http://www.dgeec.mec.pt>
- Donaldson, T., & Preston, L. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *The Academy of Management*, 20(1), 65–91. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271992>
- Duarte, F., Madeira, M., Moura, D., Carvalho, J., & Moreira, J. (2017). Barriers to innovation activities as determinants of ongoing activities or abandoned. *International Journal of Innovation Science*, 9(3), 244–264. <https://doi.org/10.1108/IJIS-01-2017-0006>
- Epstein, E. (1987). The Corporate Social Policy Process: Beyond Business Ethics, Corporate Social Responsibility, and Corporate Social Responsiveness. *California Management Review*, 29(3), 99–114. <https://doi.org/10.2307/41165254>
- Erixon, F. (2009). SMEs in Europe: Taking Stock and Looking Forward. *European View*, 8(2), 293–300. <https://doi.org/10.1007/s12290-009-0093-7>
- European Commission. (2009). *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Reviewing community innovation policy in a changing world*.
- European Commission. (2012). *Guide to Research and Innovation Strategies for Smart Specialization (RIS3)*. <https://doi.org/10.2776/65746>
- European Commission. (2017). European Innovation Scoreboard 2017 - Methodology Report. In *European Innovation Scorecard*. <https://doi.org/10.2873/571375>

- European Commission. (2019). *Annual Report on European SMEs 2018/2019-Research & Development and Innovation by SMEs*. <https://doi.org/10.2873/742338>
- Expósito, A., & Sanchis-Llopis, J. (2018). Innovation and business performance for Spanish SMEs: New evidence from a multi-dimensional approach. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 36(8), 911–931. <https://doi.org/10.1177/0266242618782596>
- Expósito, A., & Sanchis-Llopis, J. (2019). The relationship between types of innovation and SMEs' performance: a multi-dimensional empirical assessment. *Eurasian Business Review*, 9(2), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s40821-018-00116-3>
- Ferreira, P., & Gabriel, C. (2019). Social responsible practices in Portuguese SME's. *Revista Espacios*, 40(7). Retrieved from <http://hdl.handle.net/11328/2677>
- Fonseca, L., & Ferro, R. (2016). Does it pay to be social responsible? Portuguese SMEs feedback. *Intangible Capital*, 12(2), 487–505. <https://doi.org/10.3926/ic.712>
- Freeman, R. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Ganter, A., & Hecker, A. (2013). Persistence of innovation: Discriminating between types of innovation and sources of state dependence. *Research Policy*, 42(8), 1431–1445. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.04.001>
- García-Vega, M., & López, A. (2010). Determinants of abandoning innovative activities: Evidence from Spanish firms. *Cuadernos de Economía y Dirección de La Empresa*, 13(45), 69–91. [https://doi.org/10.1016/S1138-5758\(10\)70024-4](https://doi.org/10.1016/S1138-5758(10)70024-4)
- Garengo, P., Biazzo, S., & Bititci, U. (2005). Performance measurement systems in SMEs: A review for a research agenda. *International Journal of Management Reviews*, 7(1), 25–47. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2005.00105.x>
- Genc, E., Dayan, M., & Genc, O. (2019). The impact of SME internationalization on innovation: The mediating role of market and entrepreneurial orientation. *Industrial Marketing Management*, 82, 253–264. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.01.008>
- Hammann, E., Habisch, A., & Pechlaner, H. (2009). Values that create value: socially responsible business practices in SMEs - empirical evidence from German companies. *Business Ethics: A European Review*, 18(1), 37–51. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2009.01547.x>
- Hashi, I., & Stojčić, N. (2013). The impact of innovation activities on firm performance using a multi-stage model: Evidence from the Community Innovation Survey 4. *Research Policy*, 42(2), 353–366. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.09.011>
- Horváthová, E. (2012). The impact of environmental performance on firm performance: Short-term costs and long-term benefits? *Ecological Economics*, 84, 91–97. <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2012.10.001>
- IAPMEI. (2019). Horizonte 2020. Retrieved from <https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E>

SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao/Inovacao-e-Competitividade/Incentivos-e-financiamento/Horizonte-2020.aspx

- Inyang, B. (2013). Defining the Role Engagement of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Corporate Social Responsibility (CSR). *International Business Research*, 6(5), 123–132. <https://doi.org/10.5539/ibr.v6n5p123>
- Iraldo, F., Testa, F., & Frey, M. (2009). Is an environmental management system able to influence environmental and competitive performance? The case of the eco-management and audit scheme (EMAS) in the European union. *Journal of Cleaner Production*, 17(16), 1444–1452. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2009.05.013>
- Johnson, H. (1971). *Business in contemporary society: framework and issues*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Jones, T. (1980). Corporate Social Responsibility Revisited, Redefined. *California Management Review*, 22(2), 59–67. <https://doi.org/10.2307/41164877>
- Kim, W., Park, K., & Lee, S. (2018). Corporate social responsibility, ownership structure, and firm value: Evidence from Korea. *Sustainability (Switzerland)*, 10(7). <https://doi.org/10.3390/su10072497>
- Korra, E., Giotopoulos, I., & Tsakanikas, A. (2018). CSR practices and SME innovativeness in Greece. *Contemporary Issues in Entrepreneurship Research*, 8, 119–132. <https://doi.org/10.1108/S2040-724620180000008012>
- Laudal, T. (2011). Drivers and barriers of CSR and the size and internationalization of firms. *Social Responsibility Journal*, 7(2), 234–256. <https://doi.org/10.1108/174711111111141512>
- Lee, K., Herold, D., & Yu, A. (2016). Small and Medium Enterprises and Corporate Social Responsibility Practice: A Swedish Perspective. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 23(2), 88–99. <https://doi.org/10.1002/csr.1366>
- Lee, P. (2008). A review of the theories of corporate social responsibility: Its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, 10(1), 53–73. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2007.00226.x>
- Madrid-Guijarro, A., Garcia, D., & Auken, H. (2009). Barriers to innovation among spanish manufacturing SMEs. *Journal of Small Business Management*, 47(4), 465–488. <https://doi.org/10.1111/j.1540-627X.2009.00279.x>
- Martinez-Conesa, I., Soto-Acosta, P., & Palacios-Manzano, M. (2017). Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance: An empirical research in SMEs. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2374–2383. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.11.038>
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117–127.

- <https://doi.org/10.5465/AMR.2001.4011987>
- Mendibil, K., Hernandez, J., Espinach, X., Garriga, E., & Macgregor, S. (2007). How can CSR Practices lead to Successful Innovation in SMES? *Response Project*, 141, 1–7.
- Morsing, M., & Perrini, F. (2009). CSR in SMEs: do SMEs matter for the CSR agenda? *Business Ethics: A European Review*, 18(1), 1–6. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2009.01544.x>
- Observatory of Europeans SMEs. (2002). *European SMEs and Social and Environmental Responsibility*.
- OECD/Eurostat. (2005). Oslo Manual-Guidelines for collecting and interpreting innovation data. In *Handbook of Innovation Indicators and Measurement*. <https://doi.org/10.4337/9780857933652.00010>
- OECD/Eurostat. (2019). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities*. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Ortega-Argilés, R., Potters, L., & Voigt, P. (2009). *R & D-intensive SMEs in Europe : What do we know about them ? IPTS Working paper on Corporate R&D and Innovation* (No. 15). Retrieved from <http://iri.jrc.es/>
- Pérez-Luño, A., Wiklund, J., & Cabrera, R. (2011). The dual nature of innovative activity: How entrepreneurial orientation influences innovation generation and adoption. *Journal of Business Venturing*, 26(5), 555–571. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.03.001>
- Perrini, F., Russo, A., Tencati, A., & Vurro, C. (2011). Deconstructing the Relationship Between Corporate Social and Financial Performance. *Journal of Business Ethics*, 102(SUPPL.), 59–76. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1194-1>
- Portugal 2020. (2020). O que é o Portugal 2020. Retrieved from <https://www.portugal2020.pt/content/o-que-e-o-portugal-2020>
- Prado-Lorenzo, J. M., Gallego-Álvarez, I., García-Sánchez, I., & Rodríguez-Domínguez, L. (2008). Social responsibility in Spain: Practices and motivations in firms. *Management Decision*, 46(8), 1247–1271. <https://doi.org/10.1108/00251740810901417>
- Prajogo, D. (2006). The Relationship between Innovation and Business Performance-A Comparative Study between Manufacturing and Service Firms. *Knowledge and Process Management*, 13(3), 218–225. <https://doi.org/10.1002/kpm.259>
- Reverte, C., Gómez-Melero, E., & Cegarra-Navarro, J. (2016). The influence of corporate social responsibility practices on organizational performance: Evidence from Eco-Responsible Spanish firms. *Journal of Cleaner Production*, 112, 2870–2884. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.09.128>
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is innovation always beneficial? A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs. *Journal of*

- Business Venturing*, 26(4), 441–457. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.12.002>
- Rubio-Andrés, M., Ramos-González, M., Sastre-Castillo, M., & Danvila-del-Valle, I. (2020). Exploring sustainability, good governance, and social responsibility in small and medium enterprises. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 852–869. <https://doi.org/10.1002/csr.1849>
- Santoro, G. (2017). Innovation in small and medium enterprises: The impact of open innovation practices on firm's performance. *Global Business and Economics Review*, 19(5), 508–520. <https://doi.org/10.1504/GBER.2017.086601>
- Santos, M. (2011). CSR in SMEs: Strategies, practices, motivations and obstacles. *Social Responsibility Journal*, 7(3), 490–508. <https://doi.org/10.1108/17471111111154581>
- Schumpeter, J. (1934). *The theory of economic development; an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Cambridge: Harvard University Press.
- Schwartz, M., & Carroll, A. (2003). Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach Socially responsible investing View project. *Business Ethics Quarterly*, 13(4), 503–530. <https://doi.org/10.2307/3857969>
- Shen, R., Tang, Y., & Zhang, Y. (2018). Does Firm Innovation Affect Corporate Social Responsibility? *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2807438>
- Surroca, J., Tribó, J., & Waddock, S. (2010). Corporate Responsibility and Financial Performance : The role of intangible resources. *Strategic Management Journal*, 31(5), 463–490. <https://doi.org/10.1002/smj>
- Sweeney, L. (2007). Corporate social responsibility in Ireland: Barriers and opportunities experienced by SMEs when undertaking CSR. *Corporate Governance*, 7(4), 516–523. <https://doi.org/10.1108/14720700710820597>
- Syed, A., Riaz, Z., & Waheed, A. (2016). Innovation, firm performance and riskiness: Evidence from the leading worldwide innovative firms. *International Journal of Innovation Management*, 20(7), 1–19. <https://doi.org/10.1142/S1363919616500663>
- Székely, F., & Knirsch, M. (2005). Responsible leadership and corporate social responsibility: Metrics for sustainable performance. *European Management Journal*, 23(6), 628–647. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2005.10.009>
- Torugsa, N., O'Donohue, W., & Hecker, R. (2012). Capabilities, Proactive CSR and Financial Performance in SMEs: Empirical Evidence from an Australian Manufacturing Industry Sector. *Journal of Business Ethics*, 109(4), 483–500. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1141-1>
- Vo, L., Delchet-Cochet, K., & Akeb, H. (2015). Motives behind the integration of CSR into business strategy: A comparative study in French SMEs. *Journal of Applied Business Research*, 31(5), 1975–1986. <https://doi.org/10.19030/jabr.v31i5.9412>

Wang, Q., Dou, J., & Jia, S. (2015). A meta-analytic review of corporate social responsibility and corporate financial performance: The moderating effect of contextual factors. *Business and Society*, 55(8), 1083–1121. <https://doi.org/10.1177/0007650315584317>

Anexo

Anexo A

Tabela 35-Percentagem(%) de empresas pelas diferentes atividades ambientais, considerando os últimos 3 anos.

Percentagem (%) de empresas				
Atividades ambientais	Micro	Pequenas	Médias	Total
Objetivos ambientais quantificados	5.2	11.5	47.8	12.0
Reciclagem	78.4	88.5	91.3	82.7
Auditorias internas ambientais	3.4	13.5	21.7	8.4
Tem indicadores na monitorização/avaliação de impactos ambientais	3.4	7.7	47.8	9.9
Relatórios ambientais anuais	8.6	25.0	30.4	15.7
Adesão a rótulos ambientais	6.0	13.5	17.4	9.4
Ações e campanhas para disseminar a cultura sustentável	2.6	5.8	26.1	6.3
Tem programa e implementou medidas de utilização eficiente de energia	15.5	28.8	69.6	25.7
Tem programa e implementou medidas de utilização eficiente de água	10.3	17.3	43.5	16.2
Tem programa e implementou ações para gestão eficiente de resíduos	15.5	42.3	56.5	27.7
Tem programa e implementou ações para redução de emissões	4.3	5.8	47.8	9.9
Utilização de matérias primas ecológicas	18.1	17.3	30.4	19.4
Desenvolve produtos/serviços ecológicos que contribuem para a diminuição do impacto ambiental	9.5	23.1	21.7	14.7
Recolha dos produtos vendidos no fim do seu ciclo	9.5	11.5	8.7	9.9
Utiliza/investe em tecnologia/equipamentos ecológicos	9.5	13.5	17.4	11.5
Possui Sistema de Gestão ambiental	4.3	9.6	21.7	7.9
Não teve incidentes/ multas/coimas por falta de cumprimento da legislação ambiental	41.4	67.3	65.2	51.3
Nenhuma	10.3	1.9	0.0	6.8
Outro	0.9	0.0	4.3	1.0

Fonte: Elaboração própria

Tabela 36-Percentagem(%) de empresas pelas diferentes atividades relacionadas com a comunidade local, considerando os últimos 3 anos.

Percentagem de empresas (%)				
Atividades relacionadas com a comunidade local	Micro	Pequenas	Médias	Total
Tem em conta o mercado local em termos de recrutamento etc.	37.1	65.4	73.9	49.2
Incentiva a preservação ambiental da envolvente local	24.1	46.2	47.8	33.0
Incentiva a preservação patrimonial/paisagística/cultural da envolvente local	15.5	13.5	21.7	15.7
Promove ações de educação/sensibilização ambiental na comunidade local	4.3	5.8	13.0	5.8
Promove ações de educação/sensibilização para a responsabilidade social na comunidade	0.9	3.8	13.0	3.1
Desenvolve iniciativas de promoção da diversidade (cultural, religiosa, étnica)	6.9	1.9	17.4	6.8
Patrocina/Promove eventos culturais, educacionais etc a nível local	32.8	51.9	47.8	39.8
Efetua donativos para ações filantrópicas a nível local	19.0	38.5	56.5	28.8
Apoio de projetos privados na comunidade local	9.5	19.2	34.8	15.2
Apoia/Financia projetos/iniciativas na área da saúde	3.4	5.8	21.7	6.3
Apoia/Financia projetos/iniciativas educacionais na envolvente local	11.2	17.3	39.1	16.2
Apoia/Financia projetos científicos/investigação na envolvente local	0.0	5.8	21.7	4.2
Efetua a avaliação dos impactos sociais e ambientais dos projetos a implementar	3.4	1.9	4.3	3.1
Apoia iniciativas de prevenção e combate a incêndios na envolvente local	8.6	9.6	26.1	11.0
Promove a integração dos jovens no mercado de trabalho	26.7	48.1	69.6	37.7
Nenhuma	26.7	13.5	4.3	20.4
Outro	0,0	0,0	0,0	0,0

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 37- Percentagem(%) de empresas pelas diferentes atividades relacionadas com os colaboradores, considerando os últimos 3 anos.

Percentagem (%) de empresas				
Atividades relacionadas com os colaboradores	Micro	Pequenas	Médias	Total
Tem códigos de conduta	23.3	40.4	73.9	34.0
Iniciativas concretas para promover o equilíbrio entre vida profissional, familiar e tempos livres dos colaboradores	20.7	25.0	17.4	21.5
Horários de trabalho flexível e/ou à distância	39.7	28.8	34.8	36.1
Apoia a formação e reconversão dos seus gestores e quadros superiores em temas da responsabilidade social na empresa	6.0	9.6	26.1	9.4
Apoia a formação e aprendizagem financiando a mesma	36.2	44.2	56.5	40.8
Promove a igualdade em termos de remunerações, recrutamento e de perspetivas de carreira	37.9	48.1	65.2	44.0
Promove a segurança dos postos de trabalho, nomeadamente no vínculo efetivo dos colaboradores	53.4	80.8	69.6	62.8
Promove a comunicação aberta a todos os níveis, designadamente com a gestão de topo, com iniciativas concretas	21.6	42.3	56.5	31.4
Promove um ambiente de trabalho de qualidade, valorizando o espírito de equipa e a colaboração através de ações/programas específicos	23.3	34.6	52.2	29.8
Promove ações de reconhecimento do mérito e dedicação dos colaboradores (p.e. prémios monetários como forma de incentivo)	23.3	30.8	43.5	27.7
Efetua a avaliação do desempenho dos recursos humanos, promovendo o envolvimento e participação dos mesmos em atividades destinadas a melhorar o seu desempenho	10.3	17.3	56.5	17.8
Estabelece Planos de desenvolvimento de carreiras	3.4	3.8	4.3	3.7
Recolhe e divulga índices de satisfação/motivação no trabalho	6.9	28.8	26.1	15.2
Oferece benefícios destinados aos filhos dos colaboradores	6.9	7.7	21.7	8.9
Oferece benefícios de promoção e proteção da saúde e bem estar para além dos obrigatório	11.2	28.8	39.1	19.4
Oferece benefícios sociais de apoio na reforma	2.6	0.0	4.3	2.1
Disponibiliza estruturas de cuidados à infância para os filhos dos colaboradores ou incentivos alternativos	1.7	0.0	8.7	2.1
Adapta medidas de segurança no trabalho para além das obrigatórias (p.e. qualidade do ar, ruído, ergonomia)	13.8	34.6	43.5	23.0
Possui um sistema de saúde e segurança no trabalho para além dos itens obrigatórios	12.1	25.0	47.8	19.9
Proporciona atividades/programas que promovem a saúde e segurança no trabalho	6.0	11.5	34.8	11.0
Promove a Participação dos trabalhadores nas decisões que lhes digam respeito na empresa	29.3	32.7	43.5	31.9
Divulgação de informação interna em suportes físicos (painéis, circulares etc)	12.1	32.7	56.5	23.0
Serviços de apoio aos colaboradores e familiares (p.e. creches, ginásios, serviços médicos etc)	3.4	7.7	13.0	5.8
Licenças para apoio à família	9.5	3.8	0.0	6.8
Espaços de lazer na empresa	8.6	3.8	17.4	8.4
Nenhuma	14.7	1.9	0.0	9.4
Outro	0.0	0.0	0.0	0.0

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 38- Percentagem(%) de empresas pelas diferentes atividades relacionadas com os fornecedores local, considerando os últimos 3 anos.

Percentagem (%) de empresas				
Atividades relacionadas com os fornecedores	Micro	Pequenas	Médias	Total
Imposição de requisitos de responsabilidade social aos fornecedores	9.5	15.4	17.4	12.0
Formação/sensibilização dos fornecedores/prestadores de serviços para as questões ambientais	15.5	19.2	39.1	19.4
Auditorias externas ambientais aos fornecedores	0.0	0.0	13.0	1.6
Parcerias ao longo da cadeia de valor para promover produtos éticos	13.8	17.3	21.7	15.7
Nenhuma	72.4	63.5	39.1	66.0
Outro	0.0	0.0	0.0	0.0

Fonte: Elaboração própria

Tabela 39- Percentagem(%) de empresas pelas diferentes atividades relacionadas com os clientes, considerando os últimos 3 anos.

Percentagem (%) de empresas				
Atividades relacionadas com os clientes	Micro	Pequenas	Médias	Total
Imposição de Requisitos de responsabilidade social aos clientes	3.4	1.9	4.3	3.1
Formação/sensibilização dos clientes para as questões ambientais	14.7	15.4	17.4	15.2
Auditorias externas ambientais aos clientes	0.9	0.0	8.7	1.6
Adaptação às necessidades futuras dos clientes	36.2	53.8	47.8	42.4
Assistência pós venda incluindo reparação	43.1	46.2	43.5	44.0
Oferta de extensão de garantia dos produtos	15.5	25.0	17.4	18.3
Informações éticas sociais e ecológicas sobre o produto	22.4	19.2	34.8	23.0
Nenhuma	31.0	25.0	26.1	28.8
Outro	0.0	0.0	0.0	0.0

Fonte: Elaboração própria.

Anexo B- Caracterização da amostra relativamente aos diferentes tipos de inovação.

Tabela 40- Caracterização da amostra relativamente ao nível de criação/adoção dos diferentes tipos de inovação, considerando os últimos 3 anos.

Percentagem (%) de empresas				
Adoção de inovações de processos				
	Micro	Pequenas	Médias	Total
Não inovou	26.7	19.2	4.3	22.0
Baixo	11.2	13.5	21.7	13.1
Moderado	43.1	40.4	39.1	41.9
Elevado	17.2	21.2	34.8	20.4
Muito elevado	1.7	5.8	0.0	2.6
Criação de inovações de processos				
	Micro	Pequenas	Médias	Total
Não inovou	32.8	25.0	21.7	29.3
Baixo	12.1	19.2	21.7	15.2
Moderado	39.7	36.5	34.8	38.2
Elevado	14.7	15.4	21.7	15.7
Muito elevado	0.9	3.8	0.0	1.6
Adoção de inovações organizacionais				
	Micro	Pequenas	Médias	Total
Não inovou	32.8	21.2	8.7	26.7
Baixo	17.2	23.1	13.0	18.3
Moderado	35.3	38.5	60.9	39.3
Elevado	13.8	15.4	17.4	14.7
Muito elevado	0.9	1.9	0.0	1.0
Criação de inovações organizacionais				
	Micro	Pequenas	Médias	Total
Não inovou	37.9	28.8	21.7	33.5
Baixo	19.0	19.2	13.0	18.3
Moderado	31.9	42.3	43.5	36.1
Elevado	8.6	7.7	21.7	9.9
Muito elevado	2.6	1.9	0.0	2.1
Adoção de novos produtos/serviços				
	Micro	Pequenas	Médias	Total
Não inovou	25.9	21.2	21.7	24.1
Baixo	12.9	21.2	8.7	14.7
Moderado	39.7	30.8	47.8	38.2
Elevado	17.2	23.1	21.7	19.4
Muito elevado	4.3	3.8	0.0	3.7
Criação de novos produtos/serviços				
	Micro	Pequenas	Médias	Total
Não inovou	29.3	23.1	17.4	26.2
Baixo	15.5	25.0	13.0	17.8
Moderado	36.2	25.0	39.1	33.5
Elevado	14.7	21.2	21.7	17.3
Muito elevado	4.3	5.8	8.7	5.2

Fonte: Elaboração própria.

Anexo C- Sumário estatístico

Tabela 41-Sumário estatísticos das variáveis Modelo 1 e 2.

Variável	Observações	Média	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
adopt	182	0.81	0.39	0	1
freq	182	1.36	0.98	0	4
conceito	182	0.77	0.42	0	1
inov	182	9.09	5.54	0	22
incen	182	0.24	0.43	0	1
tamanho	182	2.09	1.32	0	5.44
idade	182	2.58	1.06	0	4.71
export	182	0.14	0.27	0	1
fam	182	0.66	0.47	0	1
(2) estrat	182	0.63	0.48	0	1
(2) cert	182	0.04	0.19	0	1

Fonte: Elaboração própria.

Tabela 42- Sumário estatístico das variáveis Modelo 3.

Variável	Observações	Média	Desvio padrão	Mínimo	Máximo
pf	148	3.55	0.67	1	5
V	148	3.63	0.65	1	5
ep	148	3.64	0.56	2	5
pt	148	3.80	0.53	2	5
sc	148	3.85	0.51	3	5
rc	148	3.45	0.65	2	5
ir	148	4	2.58	3	5
sa	148	3.84	0.55	3	5
cg	148	3.82	0.56	2	5
amb	148	3.81	2.86	0	15
comu	148	3.23	2.57	0	12
colab	148	6.17	4.34	0	23
forn	148	0.58	0.83	0	4
clien	148	1.67	1.31	0	6
inov	148	10.16	5.16	0	22
incen	148	0.28	0.45	0	1
tamanho	148	2.28	1.34	0	5.44
idade	148	2.67	1.04	0	4.71
export	148	0.15	0.28	0	1
fam	148	0.66	0.47	0	1
estrat	148	0.74	0.44	0	1
form	148	0.18	0.39	0	1

Fonte: Elaboração própria.

Anexo D- Questionário realizado às empresas

Práticas de Responsabilidade Social Corporativa (CSR) nas PME's da região de Aveiro

Sou aluna da Universidade de Aveiro e no âmbito da elaboração da minha dissertação de mestrado em Economia realizo este inquérito com o intuito de estudar as práticas de Responsabilidade Social Corporativa nas empresas de pequena e média dimensão da região de Aveiro. Este questionário respeita as regras de privacidade dos inquiridos, garantindo a segurança e a confidencialidade das informações recolhidas, em estrito cumprimento com o Regulamento Geral de Proteção de Dados (RGPD). As vossas respostas são confidenciais e serão utilizadas apenas e exclusivamente no âmbito deste estudo. O tempo médio de resposta ao questionário é de 10 minutos.

Desde já agradeço a vossa disponibilidade. A vossa contribuição é indispensável para a concretização deste projeto!

***Obrigatório**

Identificação da Empresa

1. Nome da empresa *

2. Ano da criação da empresa *

3. Código CAE (principal) *

4. Qual o principal produto/serviço oferecido pela empresa? *

5. Número de Colaboradores em 2018? *

6. Exportações em percentagem do volume de negócios em 2018? *

7. Há participação de capital estrangeiro no capital social da sua empresa (>10%)? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

8. Considera que a sua empresa é uma empresa familiar? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

9. Se respondeu sim na pergunta anterior qual a geração que atualmente já exerce a função de gestão na empresa?

Marcar apenas uma oval.

1ª geração

2ª geração

3ª geração

Outra: _____

Caracterização das práticas de Responsabilidade Social (CSR) na empresa - Geral

10. Conhece o conceito de Responsabilidade Social Corporativa? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

11. Considerando os últimos 3 anos, quais as principais prioridades/preocupações da sua empresa? *

Selecione no máximo 4 opções.

Internacionalização

Performance financeira

Crescimento

Eficiência dos processos

Inovação de produto/serviço

Transformação digital da empresa

Reputação/imagem da empresa no geral

Satisfação e bem-estar dos colaboradores

Preocupações ambientais

Nenhuma

Outra: _____

12. Considerando os últimos 3 anos, como descreve a estratégia de Responsabilidade Social na sua empresa? *

Marcar apenas uma oval.

Não existe estratégia

Foram lançadas algumas iniciativas piloto

A estratégia está em desenvolvimento

A estratégia está formulada

A estratégia está em implementação

A estratégia está implementada

13. Considerando os últimos 3 anos, quais as motivações para desenvolver práticas de Responsabilidade Social na sua empresa? *

Selecione no máximo as 4 principais.

- Preocupação Ambiental
- Preocupação Social
- Preocupação Económica
- Princípios éticos e cívicos
- Legislação
- Utilizar incentivos públicos (subsídios, apoios e benefícios fiscais)
- Espírito inovador
- Requisitos de mercado e pressão competitiva
- Diferenciação de mercado
- Nenhuma

Outra: _____

14. Considerando os últimos 3 anos. na sua opinião. quais os objetivos para a implementação de práticas de Responsabilidade Social? *

Selecione no máximo as 4 principais.

- Aumento da eficiência dos processos (redução dos custos) Aumentar a
- produtividade dos colaboradores
- Satisfação e bem-estar dos colaboradores
- Melhorar a performance financeira
- Melhorar a reputação/imagem da empresa no geral Melhorar a
- relação com parceiros de negócio
- Valorizar o produto/serviço oferecido ou vendido (aumento da qualidade e serviços pós-venda)
- Ajudar a comunidade
- Realização de operações que respeitam/protegem a preservação ambiental (p.e. minimizar o impacto negativo no ambiente)
- Nenhum

Outra: _____

15. Considerando os últimos 3 anos, quais os obstáculos para implementar práticas de Responsabilidade Social na sua empresa? *

Selecione no máximo as 3 principais.

- Falta de informação
- Falta de tempo
- Recursos financeiro insuficientes
- Falta de incentivos públicos para ações nestes temas
- Falta de recursos humanos com especialização adequada
- Não reconhece benefícios significativos
- Não é uma prioridade
- Outra: _____

16. Considerando os últimos 3 ano, até que ponto a empresa desenvolveu ou desenvolve atividades de Responsabilidade Social? *

Marcar apenas uma oval.

- Não desenvolveu/desenvolve
- Raramente
- Com alguma frequência
- Frequentemente
- Muito frequentemente

17. A sua empresa elabora relatórios de Sustentabilidade? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

18. Se respondeu sim à pergunta anterior, são tornados públicos?

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

19. A empresa encontra-se certificada com algum Sistema de Gestão de Responsabilidade Social Corporativa? * (p.e. SA 8000. Certificação NP 4469. outras)

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

20. Se respondeu sim à questão anterior, refira quais?

21. A empresa recebeu algum prémio associado à Responsabilidade Social Corporativa, ou a temas a ela associados? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

22. Se respondeu sim à questão anterior, refira quais?

23. Considerando os últimos 3 anos, a sua empresa foi beneficiária de algum sistema de incentivos ao investimento? * (p.e. P2020 etc)

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

24. Se respondeu sim à pergunta anterior, na sua opinião, esse incentivo esteve associado a investimentos que geraram alterações nas práticas de Responsabilidade Social na sua empresa?

Marcar apenas uma oval.

- Nenhum impacto
- Pouco impacto
- Impacto moderado
- Muito impacto

25. A sua empresa encontra-se inserida em algum cluster? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

26. Se respondeu sim à pergunta anterior, qual?

27. Se respondeu sim à pergunta sobre os clusters, na sua opinião, a inserção da empresa num cluster teve ou tem impacto nas práticas de Responsabilidade Social na sua empresa?

Marcar apenas uma oval.

- Nenhum impacto
- Pouco impacto
- Impacto moderado
- Muito impacto

Caracterização das práticas de Responsabilidade Social (ambiente, comunidade, trabalhadores, fornecedores e clientes).

28. Considerando os últimos 3 anos, quais as práticas ambientais desenvolvidas pela sua empresa? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Objetivos ambientais quantificados
 - Reciclagem
 - Auditorias internas ambientais
 - Tem indicadores na monitorização/avaliação de impactos ambientais das atividades da empresa ou dos seus produtos
 - Relatórios ambientais anuais
 - Adesão a rótulos ambientais
 - Ações e campanhas para disseminar a cultura sustentável
 - Tem programa e implementou medidas de utilização eficiente de energia
 - Tem programa e implementou medidas de utilização eficiente de água
 - Tem programa e implementou ações para gestão eficiente de resíduos
 - Tem programa e implementou ações para redução de emissões
 - Utilização de matérias primas ecológicas
 - Desenvolve produtos/serviços ecológicos que contribuem para a diminuição do impacto ambiental
 - Recolha dos produtos vendidos no fim do seu ciclo
 - Utiliza/investe em tecnologia/equipamentos ecológicos Possui
 - Sistema de Gestão ambiental
 - Não teve incidentes/ multas/coimas por falta de cumprimento da legislação ambiental
 - Nenhuma
- Outra: _____

29. Considerando os últimos 3 anos, a empresa desenvolveu ou desenvolve as seguintes atividades na sua relação com a comunidade local? *

Marcar tudo o que for aplicável

- Tem em conta o mercado local em termos de recrutamento, contratação de fornecedores e prestadores de serviços, venda de produtos/prestação de serviços, numa ótica de contribuição para o desenvolvimento local
 - Incentiva a preservação ambiental da envolvente local
 - Incentiva a preservação patrimonial/paisagística/cultural da envolvente local
 - Promove ações de educação/sensibilização ambiental na comunidade local
 - Promove ações de educação/sensibilização para a responsabilidade social na comunidade
 - Desenvolve iniciativas de promoção da diversidade (cultural, religiosa, étnica)
 - Patrocina/Promove eventos culturais, educacionais, científicos, artísticos, saúde, desportivos (outros) a nível local
 - Efetua donativos para ações filantrópicas a nível local
 - Apoio de projetos privados na comunidade local
 - Apoia/Financia projetos/iniciativas na área da saúde
 - Apoia/Financia projetos/iniciativas educacionais na envolvente local
 - Apoia/Financia projetos científicos/investigação na envolvente local
 - Efetua a avaliação dos impactos sociais e ambientais dos projetos a implementar, visando a sua minimização
 - Apoia iniciativas de prevenção e combate a incêndios na envolvente local
 - Promove a integração dos jovens no mercado de trabalho
 - Nenhuma
- Outra: _____

30. Considerando os últimos 3 anos, quais das seguintes atividades relacionadas com os trabalhadores/colaboradores foram ou são realizadas na sua empresa? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Tem códigos de conduta
- Iniciativas concretas para promover o equilíbrio entre vida profissional, familiar e tempos livres dos colaboradores
- Horários de trabalho flexível e/ou à distância
- Apóia a formação e reconversão dos seus gestores e quadros superiores em temas da responsabilidade social na empresa
- Apóia a formação e aprendizagem financiando a mesma
- Promove a igualdade em termos de remunerações, recrutamento e de perspetivas de carreira
- Promove a segurança dos postos de trabalho, nomeadamente no vínculo efetivo dos colaboradores
- Promove a comunicação aberta a todos os níveis, designadamente com a gestão de topo, com iniciativas concretas
- Promove um ambiente de trabalho de qualidade, valorizando o espírito de equipa e a colaboração através de ações/programas específicos (p.e. atividades de team building etc)
- Promove ações de reconhecimento do mérito e dedicação dos colaboradores (p.e. prémios monetários como forma de incentivo)
- Efetua a avaliação do desempenho dos recursos humanos, promovendo o envolvimento e participação dos mesmos em atividades destinadas a melhorar o seu desempenho
- Estabelece Planos de desenvolvimento de carreiras
- Recolhe e divulga índices de satisfação/motivação no trabalho
- Oferece benefícios destinados aos filhos dos colaboradores
- Oferece benefícios de promoção e proteção da saúde e bem estar para além dos obrigatório
- Oferece benefícios sociais de apoio na reforma
- Disponibiliza estruturas de cuidados à infância para os filhos dos colaboradores ou incentivos alternativos
- Adapta medidas de segurança no trabalho para além das obrigatórias (p.e. qualidade do ar, ruído, ergonomia)
- Possui um sistema de saúde e segurança no trabalho para além dos itens obrigatórios
- Proporciona atividades/programas que promovem a saúde e segurança no trabalho
- Promove a Participação dos trabalhadores nas decisões que lhes digam respeito na empresa
- Divulgação de informação interna em suportes físicos (painéis, circulares etc)
- Serviços de apoio aos colaboradores e familiares (p.e. creches, ginásios, serviços médicos etc)
- Licenças para apoio à família
- Espaços de lazer na empresa
- Nenhuma

Outra: _____

31. Considerando os últimos 3 anos, a empresa desenvolveu ou desenvolve as seguintes atividades na sua relação com os fornecedores? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Imposição de requisitos de responsabilidade social aos fornecedores
- Formação/sensibilização dos fornecedores/prestadores de serviços para as questões ambientais
- Auditorias externas ambientais aos fornecedores
- Parcerias ao longo da cadeia de valor para promover produtos éticos
- Nenhuma

Outra: _____

32. Considerando os últimos 3 anos, a empresa desenvolveu ou desenvolve as seguintes atividades na sua relação com os clientes? *

Marcar tudo o que for aplicável.

- Imposição de Requisitos de responsabilidade social aos clientes
- Formação/sensibilização dos clientes para as questões ambientais
- Auditorias externas ambientais aos clientes
- Adaptação às necessidades futuras dos clientes
- Assistência pós venda incluindo reparação
- Oferta de extensão de garantia dos produtos
- Informações éticas sociais e ecológicas sobre o produto
- Nenhuma

Outra:

Inovação

33. Despesas em I&D em 2018 (€)? *

34. Número de Colaboradores ao serviço da I&D em 2018 ? *

35. Qual o número total de patentes registadas até à atualidade, na sua empresa? *

36. Considerando, apenas os últimos 3 anos, qual o número de patentes registadas na sua empresa? *

37. Qual o número total de marcas registadas até à atualidade, na sua empresa? *

38. Considerando apenas os últimos 3 anos, qual o número de marcas registadas, na sua empresa? *

39. Considerando os últimos 3 anos, na sua empresa, como classifica a evolução dos seguintes valores? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Decresceu muito	Decresceu ligeiramente	Não variou	Aumentou ligeiramente	Aumentou muito
Despesas em I&D	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Colaboradores ao serviço da I&D	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

40. Considerando os últimos 3 anos, na sua empresa, como considera o nível de inovação nos seguintes itens? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Não inovou	Baixo	Moderado	Elevado	Muito elevado
Adoção de inovações de processos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criação de inovações de processos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adoção de inovações organizacionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criação de inovações organizacionais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Adoção de novos produtos/serviços	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Criação de novos produtos/serviços	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Performance

41. Considerando os últimos 3 anos, como classifica a percepção do impacto das atividades em responsabilidade social para a sua empresa nos seguintes indicadores? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Muito negativo	Negativo	Nulo	Positivo	Muito positivo
Performance financeira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vendas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eficiência dos processos (redução de custos)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Produtividade dos trabalhadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Satisfação e bem estar dos colaboradores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rotatividade dos colaboradores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Imagem e reputação da empresa no geral	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sustentabilidade Ambiental	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Competitividade Global da Empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

42. No caso de querer ser informado sobre os resultados deste estudo, escreva o seu contacto nesta secção (email ou número de telemóvel). Muito obrigada pela vossa contribuição!
-