



ANTÓNIO JOSÉ
HENRIQUES DE
JESUS SIMÕES

**DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO
SOBRE RESPONSABILIDADE
SOCIAL POR PARTE DAS
EMPRESAS DO SETOR
EMPRESARIAL DO ESTADO**

Relatório de Dissertação do Mestrado em
Ciências Empresariais

ORIENTADORAS

Professora Doutora Luísa Carvalho

Professora Doutora Boguslawa Sardinha

setembro 2021

ANTÓNIO JOSÉ
HENRIQUES DE
JESUS SIMÕES

**DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO
SOBRE RESPONSABILIDADE
SOCIAL POR PARTE DAS
EMPRESAS DO SETOR
EMPRESARIAL DO ESTADO**

JÚRI

Presidente: Prof. Adjunto João Miguel Lemos Chasqueira Nabais

Orientadora: Prof.^a Coordenadora Bogusława Barszczak Sardinha

Vogal: Prof.^a Doutora Perla Calil Pongeluppe Wadhy Rebehy

setembro 2021

Dedicatória

A todas as “Beatrizes” deste mundo que, como a minha, não tendo tido uma infância fácil e depois de uma vida benévola, entrou num final que se afigura ainda mais difícil. E que apreciava bastante esta minha empresa: perguntava amiúde com um jeito especial “como vai a escola?”.

A todo o resto da minha família próxima, que sempre soube compreender, apoiar e aguentar estas minhas frescuras “fora do tempo”.

Agradecimentos

A todo o corpo docente deste mestrado sem exceção, que sem sombra de dúvida me proporcionou uma experiência fantástica de diversificação do meu conhecimento, com uma nota particular para as minhas orientadoras Professora Doutora Luísa Cagica Carvalho e Professora Doutora Boguslawka Sardinha, cuja paciência e dedicação em muito contribuíram para levar a bom porto a última fase deste empreendimento.

A nível profissional, a todos os que têm demonstrado apreço pela minha valorização e que me apoiam.

E ainda a todos os que, ao longo do curso, mas também da vida, de forma direta ou indireta têm contribuído para o resultado daquilo que sou.

Resumo

A Responsabilidade Social tem ganho cada vez maior relevância no âmbito da atividade das empresas, onde em simultâneo são consideradas as preocupações sociais e ambientais e os interesses dos *stakeholders*.

Em simultâneo, a sociedade, cada vez mais informada e alertada por vários casos de gestão duvidosa (Lehman Brothers, Enron, Volkswagen e outros), presta maior atenção à conformidade da conduta das empresas segundo as regras estabelecidas e socialmente aceites, seja no quadro legal ou nos referenciais éticos, e exige cada vez maior e melhor acesso à informação, com maior acuidade no seguimento da gestão da coisa pública, de que as empresas do Setor Empresarial do Estado são também responsáveis.

Por outro lado, o desenvolvimento tecnológico e a massificação dos meios de acesso digitais facilitam a procura e a obtenção de informação por todas as partes interessadas, fator que deve ser tido em conta pelas empresas para as suas demonstrações, quer das suas obrigações legais quer de outras iniciativas que vão para além disso de forma voluntária.

O objetivo deste estudo é o de apurar o grau de divulgação de informação sobre Responsabilidade Social por parte das empresas do Setor Empresarial do Estado, através de uma análise de conteúdo das páginas web das empresas, nas quais é feita uma revisão detalhada das informações sobre responsabilidade social.

Seguidamente é medido o nível de divulgação de informação, tendo para o efeito sido adotado o Índice de Divulgação utilizado em trabalhos anteriores, mas ajustado à investigação para este estudo.

No estudo realizado constatou-se que, globalmente, as empresas do Setor Empresarial do Estado divulgam informação de gestão no âmbito das suas obrigações legais, o que inclui itens relativos à Responsabilidade Social. Contudo, a divulgação de informação online na vertente da Responsabilidade Social e da ética, tanto a de carácter obrigatório como outra que seja de carácter voluntário, carece ainda de alguma melhoria.

Palavras-chave: Responsabilidade Social; setor empresarial do estado; divulgação de informação

Abstract

Social Responsibility has been recently gaining relevance in the context of companies' activities, in which social and environmental concerns are taken into consideration, besides stakeholder interests.

At the same time, society, increasingly informed and alerted by various cases of doubtful management (Lehman Brothers, Enron, Volkswagen and others), pays greater attention to the compliance of companies' conduct according to established and socially accepted rules, whether in the legal framework or in ethical grounds, and it demands ever greater and better access to information, with greater accuracy in the follow-up of the management of public affairs, for which companies in the Public Sector are also responsible.

On the other hand, technological development and digital media massification ease the search and obtainment of information by all interested parties, a factor that needs to be taken into account by companies for their demonstrations, whether of their legal obligations or of other initiatives that voluntarily go beyond that.

The goal of this study is to ascertain the degree of disclosure of information on Social Responsibility by Public Sector companies, through analysis of such companies' web pages content, in which a detailed review of information on social responsibility is made.

The degree of information disclosure is then measured according to the Disclosure Index used in previous works, adjusted to this study's research.

This study revealed that, globally, Public Sector companies disclose information within the context of their legal obligations, which includes Social Responsibility items. However, online disclosure of Social Responsibility and ethics information, independently of being mandatory or voluntary, is in need of improvement.

Key words: Social responsibility; state business sector; information dissemination

Índice

Dedicatória	i
Agradecimentos.....	ii
Resumo	iii
Abstract	iv
Índice	v
Índice de Figuras	vii
Índice de Tabelas	vii
Lista de abreviaturas	viii
Introdução.....	1
CAPÍTULO 1 – REVISÃO DA LITERATURA.....	5
1. Responsabilidade Social Empresarial	5
1.1 Nota introdutória	5
1.2 Conceitos e Evolução	6
1.3 Responsabilidade Social e ética.....	11
2. Setor Público Empresarial. Setor Empresarial do Estado	14
3. Responsabilidade Social no Setor Público Empresarial	17
3.1 Responsabilidade Social no Setor Empresarial do Estado	19
4. Divulgação da prática de Responsabilidade Social.....	20
4.1 Meios de divulgação: Relatórios e Internet	23
CAPÍTULO 2 – ESTUDO EMPÍRICO	26
5. Objetivos e Metodologia.....	26
5.1 Metodologia	26
5.2 Amostra.....	27
5.3 Recolha e tratamento da informação.....	28
5.3.1 Índices de Divulgação da Informação	29
CAPÍTULO 3 – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	31
6. Resultados	31

7. Conclusões.....	38
8. Limitações do estudo e investigação futura.....	40
Referências	41
Apêndices.....	I
Apêndice I – Índices de Divulgação por Empresa - IDE e de Divulgação por Eixo – IDX	II
Apêndice II – Índice de Divulgação por Item - IDI	III
Apêndice III – Índice de Divulgação por Eixo – IDD	VI
Apêndice IV – Índice de Divulgação Global - IDG	VII
Anexos.....	VIII
Anexo I – Carteira de participações do estado	IX
Anexo II – Indicadores de Divulgação de Responsabilidade Social.....	XIII
Anexo III – dados recolhidos por eixo / indicador de divulgação de informação.....	XV

Índice de Figuras

Figura 1 - Enquadramento do Setor Empresarial do Estado	15
Figura 2 - modelo relacional das políticas públicas de Responsabilidade Social	18
Figura 3 - Divulgação por eixo de análise	32
Figura 4 - Eixo 1: informação Geral	33
Figura 5 - Eixo 2: Informação Social	34
Figura 6 - Eixo 3: Contratação de serviços e obras públicas	35
Figura 7 - Eixo 4: Informação económica	35
Figura 8 - Eixo 5: Informação Ambiental	36

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Resumo cronológico dos conceitos RSE	10
Tabela 2 - Amostra	27
Tabela 3 - eixos de análise	28
Tabela 4 - principais resultados	37

Lista de abreviaturas

CEO - Chief Executive Officer

CSP - Desempenho Social Corporativo

CUF – Companhia União Fabril

GRI - Global Reporting Initiative

iRSE – Irresponsabilidade Social Empresarial

ODS – Objetivo de Desenvolvimento Social

RSE – Responsabilidade Social Empresarial

TIC - Tecnologias de Informação e Comunicação

Introdução

Naquele que seria o maior e mais diversificado grupo empresarial português, com atividade distribuída pelos têxteis, química, metalomecânica, construção naval, minas, petróleos, tabaco, banca e seguros, constava da página 6 da sua publicação *CUF - Informação Interna*, de abril de **1963**:

“Casa de Vidro ou Torre de Marfim

Desde há muitos séculos o conselho: «Nada faças ou digas que não possas fazer ou dizer na presença seja de quem for» é regra de equilíbrio social, paz de consciência e agradável convívio.

No entanto, sempre os homens arranjam razões para não o seguir, no afã da luta pela vida, ávidos de êxitos materiais.

À medida, porém, que o desenvolvimento da organização social, a divulgação da cultura, o fortalecimento das instituições, têm permitido melhor protecção contra a prepotência dos fortes e, castigo eficaz dos desonestos, aquelas razões vão perdendo validade para entrar no consenso unânime de que: a paz - a tranquilidade na ordem - implica clareza e franqueza nas atitudes dos homens.

O advento do industrialismo, no século passado, num ambiente de liberalismo e individualismo político, dominado pela concorrência feroz entre empresas e entre nações, levou muitos à convicção de que, embora bom na vida individual o conselho não era de aplicar na vida dos negócios.

Um século de convulsões ensinou, porém, aos homens, que a concorrência desregrada, a deslealdade no comércio, o segredo industrial levado ao extremo e a organização impenetrável das empresas, não permitiam mais do que êxitos precários e transitórios, com prejuízo a longo termo dos que o praticavam e, sempre, do todo social.

Nos nossos dias vai criando crédito o conceito de que as empresas não podem sobreviver isoladas, fechadas sobre si mesmas e que, somente, apoiando-se em activa solidariedade que as una entre si, e aos consumidores dos produtos, poderão progredir.

Por outro lado, vai-se tornando evidente que a solidariedade franca entre as pessoas que poupam (isto é, retiram do seu consumo privado bens que investem em instrumentos de

trabalho) e os técnicos e operários que utilizam esses instrumentos é indispensável ao progresso económico e social.

De contrário nem os instrumentos têm a aplicação útil que poderiam ter, nem os técnicos e operários criam suficiente riqueza que lhes permita uma vida digna e desafogada e, ainda mais, sem sentimento de solidariedade efectiva, não se cria a confiança propícia ao desabrochar das iniciativas e ao entusiasmo no trabalho, condição de boa produtividade económica e satisfação humana.

Por tais razões, a política de Torre Marfim, praticada pela maioria das empresas na primeira fase do industrialismo tende a ser substituída pela política de Casa de Vidro, que permite a todos verificar claramente não haver nas empresas interesses inconfessáveis, lutas mesquinhas nem chagas virulentas.

A Casa de Vidro cria o clima de confiança recíproca propício ao desenvolvimento da solidariedade entre produtores e consumidores, entre fornecedores de instrumentos de produção e aqueles que os manejam, clima necessário ao progresso económico e humano, definidor da utilidade social das empresas, que é nos tempos modernos o seu mais apetecido galardão.”

== # == # ==

Este artigo, que nos remete para mais de meio século atrás, mostra como já em 1963 as preocupações sociais se associavam a uma visão de desenvolvimento sustentável, a políticas transparentes de gestão e de satisfação das partes interessadas, como base para o progresso económico e para o desenvolvimento da sociedade, questões que, como se verá adiante, farão parte dos alicerces da Responsabilidade Social Corporativa.

Para além das suas obrigações legais nesse sentido, devem as empresas adotar uma postura socialmente responsável apenas por se tratar da postura correta, ou porque isso lhes pode trazer benefícios?

Esta questão introduz um dilema moral que assume relevo na ética empresarial. Se por um lado a postura moral e socialmente responsável conduz a uma relação bem-sucedida e duradoura entre a empresa e as suas partes interessadas, existem argumentos de que uma má postura social, moral, ética, da empresa, pode ser prejudicial para a sua sustentabilidade, desde logo por via da perda de reconhecimento. Pelo contrário, a adoção de políticas

ambientais como a utilização de recursos renováveis, ou de políticas de responsabilidade social “interna” de oferta igualitária de emprego e de oportunidades de formação e carreira, traduz-se em reconhecimento da empresa e provavelmente numa boa saúde para o negócio.

Por outro lado, seja de forma mais expressa ou menos direta, este trabalho envolve questões essenciais patentes nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável definidos pela Organização das Nações Unidas na Agenda 2030, nos quais são identificadas várias metas diretamente relacionadas com a postura moral e socialmente responsável das empresas. Assim é, nos objetivos:

- ODS 1 – ERRADICAR A POBREZA: adotar estratégias sensíveis à igualdade de género;
- ODS 4 – EDUCAÇÃO DE QUALIDADE: garantir a igualdade de acesso a todos os níveis de formação profissional;
- ODS 5- IGUALDADE DE GÉNERO: eliminar formas de discriminação de género; garantir participação e igualdade de oportunidades das mulheres em todos os níveis de tomada de decisão;
- ODS 6 – ÁGUA POTÁVEL E SANEAMENTO: melhorar a qualidade da água através da redução da poluição e do aumento do tratamento de águas residuais e uso eficiente da água; fomentar a participação da comunidade para melhoria da gestão da água e do saneamento;
- ODS 7 – ENERGIAS RENOVÁVEIS E ACESSÍVEIS: aumentar uso de energias renováveis; incrementar medidas de eficiência energética;
- ODS 8 – TRABALHO DIGNO E CRESCIMENTO ECONÓMICO: melhoria da eficiência na utilização de recursos e simultaneamente dissociar crescimento económico da degradação ambiental; promoção de emprego pleno e produtivo e trabalho decente para homens e mulheres, incluindo jovens e pessoas com deficiência, numa base de remuneração igual para trabalho de igual valor; proteção dos direitos do trabalho e promoção de ambientes de trabalho seguros;
- ODS 9 – INDÚSTRIA, INOVAÇÃO E INFRAESTRUTURAS: desenvolver infraestruturas de qualidade, sustentáveis, para apoio do desenvolvimento económico e do bem-estar humano; promoção da industrialização inclusiva e sustentável; modernização das infraestruturas no sentido da sua sustentabilidade através da adoção de tecnologias e processos ambientalmente corretos;

ODS 10 – REDUZIR AS DESIGUALDADES: adoção de políticas progressivamente mais igualitárias em termos salariais e de proteção social;

ODS 12 – PRODUÇÃO E CONSUMO SUSTENTÁVEIS: redução de resíduos através da prevenção, redução, reciclagem e reutilização; incentivo à adoção de práticas sustentáveis e à integração de informação sobre sustentabilidade nos relatórios de atividade;

ODS 14 – PROTEÇÃO DA VIDA MARINHA: prevenir e reduzir a poluição marítima especialmente a que resulta de atividade terrestre;

ODS 16 – PAZ, JUSTIÇA E INSTITUIÇÕES EFICAZES: redução da corrupção e todas as formas de suborno; desenvolver instituições eficazes, responsáveis e transparentes; assegurar o acesso público à informação; promoção de políticas não discriminatórias para o desenvolvimento sustentável.

Assiste-se por sua vez a um incremento do número de empresas que promovem estratégias de responsabilidade social em reação a pressões de natureza social, ambiental e económica, como forma de dar um sinal às diversas partes interessadas (trabalhadores, acionistas, consumidores, poderes públicos) e investir num compromisso de sustentabilidade com vantagens comuns.

Pretende o presente estudo perceber o nível de divulgação de informação sobre responsabilidade social e ética disponibilizada pelas empresas. Para tal foi realizada uma análise de conteúdo, através da revisão detalhada das informações divulgadas nas páginas web de um conjunto de empresas do Setor Público Empresarial com atividade em diversos setores económicos, no período compreendido entre maio e dezembro de 2020. A recolha de informação foi feita com base num questionário constituído por 87 indicadores distribuídos por 5 dimensões de análise.

CAPÍTULO 1 – REVISÃO DA LITERATURA

1. Responsabilidade Social Empresarial

1.1 Nota introdutória

Responsabilidade Social é um tema que tem vindo a ganhar relevância no âmbito das organizações. No mesmo sentido de Luijk (2000) – “A responsabilidade e mais especificamente a Responsabilidade Social, tornou-se o maior tema do discurso social das atuais sociedades ocidentais” – de acordo com a Direção Geral das Atividades Económicas (2020) “As atividades inseridas no domínio da Responsabilidade Social em geral e da Responsabilidade Social das Empresas em particular, têm vindo a observar uma dinâmica crescente em Portugal, envolvendo atores, quer públicos, quer privados, bem como organizações não governamentais”.

A Comissão Europeia definiu a Responsabilidade Social das empresas como a responsabilidade destas pelo seu impacto na sociedade. Na mesma definição, a Comissão considera que as empresas são socialmente responsáveis quando, para além de cumprirem a lei, integram preocupações sociais, ambientais, éticas, de consumidor e de direitos humanos na sua estratégia e operação (site da Comissão Europeia consultado em maio/2020).

A Responsabilidade Social é assim uma forma de pensar a empresa, que procura agregar as preocupações relacionadas com o desenvolvimento social, os interesses de todas as partes interessadas e o meio ambiente, com a vertente tradicional de negócio das empresas, cuja operacionalização poderá assumir diversos formatos. Uma das formas de intervenção social das empresas passa por vezes por donativos a instituições. Embora como veremos a Responsabilidade Social Empresarial também possa envolver ações filantrópicas deste género, ações esporádicas de doação, ajuda ou assistência, que se podem confundir com Responsabilidade Social, acabam por causar uma rotura social pois não fazem parte de um processo continuado, de uma política sustentada.

Fruto das mudanças sociais e tecnológicas, a Responsabilidade Social ganha importância ao proporcionar ganhos de notoriedade e de credibilidade através da adoção de

políticas de transparência, reforço dos princípios éticos e contribuições para o desenvolvimento sustentável, podendo ser uma forma de diferenciação.

No campo da ética, cujos conceitos podem ser aplicados a quase todos os campos da atividade humana (Alonso, 2013), estão também indissociavelmente ligados aos conceitos das organizações (Dias, 2014), conjugando relações e comportamentos que se complementam, através da interação entre a ética de uma organização e a ética da sociedade que a envolve, sendo a pessoa o sujeito base da ética. Por outro lado, a organização é também uma sociedade, formada por pessoas com fins comuns, não só os fins da organização, mas também individuais. E todas as sociedades esperam dos seus membros o respeito pelos valores básicos, traduzidos nos valores éticos. Sendo o objetivo principal a maior felicidade para o maior número possível de pessoas (Almeida, 2010).

A Responsabilidade Social é importante para as empresas pois representa benefícios em termos de gestão de riscos, economia de custos, acesso a capital, relacionamento com clientes, gestão de recursos humanos, sustentabilidade das operações, capacidade de inovar. Também para a economia, a Responsabilidade Social tem o benefício de tornar as empresas mais sustentáveis e inovadoras. Do ponto de vista da sociedade, a Responsabilidade Social aporta um conjunto de valores sobre os quais se pode construir uma sociedade mais coesa (COM-2011).

1.2 Conceitos e Evolução

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) terá tido origem nos fundamentos do capitalismo e da forma corporativa de organização empresarial daí emergente (Carrol & Brown, 2018). Começou por ser um conceito neoliberal com influência na diminuição das regulamentações governamentais, mas que acabou por se tornar, nos últimos anos, numa abordagem mais progressista de regulação conjunta da sociedade (Steuere, 2010).

Entretanto, ao longo dos tempos a evolução da Responsabilidade Social nas organizações tem vindo a acompanhar a evolução dos modelos sociais e empresariais e é fruto da consciência, da sociedade e dos mercados, sobre a necessidade de um maior equilíbrio entre a atividade do indivíduo e a ação das empresas (Direção-Geral das Atividades Económicas, 2020).

A Responsabilidade Social Empresarial abrange conceitos variados como sejam a ética nos negócios, a gestão das partes interessadas, a sustentabilidade, cidadania

corporativa, criação de valor partilhado, negócios orientados por propósitos – em sentido oposto a negócios orientados para o lucro (Carroll & Brown, 2018). Na literatura no campo da RSC encontram-se estes conceitos ora agrupados, ora de forma individual, mas todos incluem valores, equilíbrio, transparência.

De facto, os três termos que compõem a Responsabilidade Social Corporativa incorporam em si o significado e o alcance do conceito:

- O termo **Responsabilidade** sugere um caráter vinculativo da gestão das empresas, responsabilizando-a perante alguma entidade individual ou coletiva;

- Consoante a escala de análise, o termo **Social** pode abranger comunidades locais, regiões, países ou continentes ou todo o globo. O termo refere-se à sociedade humana, à vida, ao bem-estar de uma comunidade, onde também se incluem os aspetos ambientais. É também na Sociedade que estão incluídas todas as partes interessadas que são afetadas pelas decisões e pela atuação das empresas;

- O termo **Corporativo** inclui todas as empresas independentemente da dimensão dos seus negócios, abrangendo tanto as grandes organizações, de maior visibilidade, como as empresas de menor dimensão como as Pequenas e Médias Empresas.

Em oposição à Responsabilidade Social Corporativa surgiu mais recentemente o conceito de **Irresponsabilidade Social Corporativa** (iRSC), na sequência da ocorrência de vários escândalos de grande dimensão. Este conceito procura entender as motivações para uma empresa ser socialmente iResponsável e como essa irresponsabilidade afeta as diversas partes interessadas. Engloba a adoção de práticas ilegais, ou marginalmente legais, mas completamente insustentáveis e/ou antiéticas (Tench, Sun & Jones, 2012). Outros autores definem a *iResponsabilidade Social* como um dano social causado pela irresponsabilidade da empresa, determinado pela avaliação dos observadores da empresa sobre as suas ações e seu efeito sobre os outros (Lange & Washburn, 2012).

Carroll & Brown (2018) identificam os finais dos anos 1800 como os primórdios do conceito de Responsabilidade Social Corporativa, tendo sido desenvolvido ao longo dos anos de acordo com as alterações sociais que foram acontecendo, geradoras de novas expectativas no indivíduo e nas empresas. Preocupações sociais como os direitos civis, a igualdade de género, o meio ambiente, a proteção do consumidor, para além de suscitarem a criação ou a alteração legislativa, introduziram também a necessidade de as empresas passarem a terem em conta, não só a remuneração dos acionistas, mas também as expectativas criadas pelas preocupações sociais emergentes em cada época.

A esse respeito, na **década de 50** dos anos 1900, Howard Bowen lançou um livro intitulado *The Social Responsibility of the Businessman* no qual preconizava que a Responsabilidade Social Corporativa se refere "às obrigações dos empresários de seguir as políticas, tomar as decisões ou seguir as linhas de ação desejáveis em termos dos objetivos e valores de nossa sociedade" (Bowen, 1953, p. 6). Mas em (Levitt, 1958) lança uma ideia diferente, na qual deveria ser governo a cuidar do bem-estar geral da sociedade, para que as empresas pudessem responder às necessidades materiais desse bem-estar.

Já na **década de 1960** a Responsabilidade Social Corporativa sensibilizou vários autores o que provocou um aumento significativo da produção literária sobre o assunto. Enquanto alguns defendiam entusiasticamente a Responsabilidade Social Corporativa, outros nem tanto, colocando-se questões como a tónica do conceito de Responsabilidade Social Corporativa, se deveria situar-se mais na responsabilidade se na ação corporativa.

Em **1970** Milton Friedman argumentou que as questões sociais não seriam da responsabilidade das empresas, mas que seriam naturalmente reguladas através do funcionamento do mercado livre. No entanto, Friedman argumentou igualmente que o objetivo dos negócios era obter o máximo lucro, em conformidade com as regras básicas da sociedade tanto estabelecidas por lei como pelos costumes éticos. O que estava na linha da afirmação de que "o gestor deve ser 'justo' não apenas porque isto está 'certo', mas também porque assim é eficaz" (Hosmer, 2000, p. 233).

Keith Davis, um dos maiores defensores da Responsabilidade Social Corporativa, definia em **1973** a Responsabilidade Social Corporativa como "a consideração pela empresa, e a sua resposta, a questões que vão para além dos requisitos económicos, técnicos e legais da empresa" (Davis, 1973).

Já Ackerman e Bauer argumentaram que era preferível uma orientação do conceito para a "capacidade de resposta social" (Ackerman & Bauer, 1976), ideia seguida por Frederick que distinguiu entre o conceito padrão de Responsabilidade Social Corporativa e o conceito de "Responsividade Social Corporativa" (Frederick, 1978), baseado literalmente no termo "responsivo": que reage ou responde de forma esperada ou apropriada a determinada situação.

Em **1979**, Archie Carroll definiu Responsabilidade Social Corporativa como "as expectativas económicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem sobre as organizações num determinado momento" (Carroll, 1979).

Surgiu também uma preocupação com o Desempenho Social Corporativo (CSP), cuja ênfase sugeria a importância do equilíbrio entre o que as empresas acreditam que devem à

sociedade, a sua capacidade de resposta a essas obrigações e os resultados que são capazes de alcançar. Com base nessa ideia, Carroll (1979) propôs um modelo de desempenho social corporativo assente em três pilares: uma definição básica de Responsabilidade Social Corporativa, uma proposta de filosofia de responsividade empresarial e uma identificação das questões sociais (consumidores, meio ambiente) nas quais estes seriam reproduzidos ou implementados. Segundo Wartick e Cochran (1985) estas três dimensões representam **princípios** (Responsabilidade Social Corporativa - orientação filosófica), **processos** (capacidade de resposta - orientação institucional) e **políticas** (questões sociais na gestão - orientação organizacional).

Matten & Moon (2008) realçam a importância da Responsabilidade Social Corporativa para o bem da sociedade e a faculdade discricionária dos gestores na resposta da empresa à sociedade, ao definirem a Responsabilidade Social Corporativa como "políticas e práticas das corporações que refletem a responsabilidade comercial para com um bem social mais amplo".

Dirk Matten e Jeremy Moon argumentaram que a Responsabilidade Social Corporativa varia consoante os contextos nacionais, podendo ser mais **"explícita"**, como no caso dos Estados Unidos, onde a Responsabilidade Social Corporativa assenta na adoção de programas ou políticas próprias baseadas em interesses próprios, muitas vezes como resposta à pressão de interesses ou simplesmente como estratégia de gestão. Em contrapartida uma Responsabilidade Social Corporativa **"implícita"**, como no caso da Europa, onde as instituições nacionais conferem às empresas uma parcela de responsabilidade sobre as preocupações da sociedade, é mais bem percebida e aceite já que deriva diretamente dos valores da cultura local, suas normas e regras, ainda que alguns aspetos específicos possam ser impostos por legislação (Matten & Moon, 2008, p. 411).

Um exemplo extremo de Responsabilidade Social Corporativa "implícita" é o da Índia, onde em 2013 o governo determinou que as empresas gastassem 2% de seus lucros líquidos no desenvolvimento social (The Guardian, 2014, 11 de agosto).

Jeremy Moon analisou também inúmeras definições de Responsabilidade Social Corporativa, tanto de gestores como de académicos, e concluiu que incluem sempre as seguintes noções (Moon, 2014, p. 4):

- Responsabilidade para com a sociedade;
- Responsabilidade pela sociedade: compensar impactos negativos e aumentar o bem-estar social;
- Conduta responsável dos negócios: ética, responsabilidade e sustentabilidade.

Tabela 1 - Resumo cronológico dos conceitos RSE

ano	fonte	teoria / conceito / definição
Final década 1800	Carroll & Brown	Primórdios do conceito de RSC, que introduziu a necessidade de as empresas passarem a terem em conta também as expectativas criadas pelas preocupações sociais emergentes em cada época, para além da remuneração dos acionistas.
1953	Bowen	Lançamento do livro <i>The Social Responsibility of the Businessman</i> no qual a RSC se refere "às obrigações dos empresários de seguir as políticas, tomar as decisões ou seguir as linhas de ação desejáveis em termos dos objetivos e valores da sociedade"
1958	Levitt	ideia de que deveria ser o governo a cuidar do bem-estar geral da sociedade, para que as empresas pudessem responder às necessidades materiais desse bem-estar.
Década 1960	vários	A RSC sensibiliza vários autores e cresce significativamente a produção literária sobre o tema com posições diferentes; Colocam-se questões sobre se o conceito de RSC deveria centrar-se mais na responsabilidade se na ação corporativa.
1970	Friedman	- as questões sociais não são da responsabilidade das empresas, mas naturalmente reguladas pelo funcionamento do mercado livre. - o objetivo dos negócios é obter o máximo lucro, em conformidade com as regras básicas da sociedade tanto estabelecidas por lei como pelos costumes éticos.
1973	Davis	Definição de RSC como "a consideração pela empresa, e a sua resposta, a questões que vão para além dos requisitos económicos, técnicos e legais da empresa".
1976	Ackerman & Bauer	Proposta de redirecionamento do conceito de RS para a "capacidade de resposta social".
1978	Frederick	Distinção entre o conceito padrão de RSC e o conceito de "Responsividade Social Corporativa".
1979	Carrol	Definição de RSC como sendo "as expectativas económicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem sobre as organizações num determinado momento".
1979	Carrol	Desempenho Social Corporativo (CSP) como relação de equilíbrio entre o que as empresas creem que devem à sociedade, a sua capacidade de resposta e os resultados alcançados nesse sentido.
1985	Wartick & Cochran	Interpretação das dimensões do modelo de desempenho social corporativo de Carrol: Princípios (RSC, orientação filosófica); Processos (resposta – orientação institucional); Políticas (questões sociais na gestão – orientação organizacional).
2000	Hosmer	"o gestor deve ser 'justo' não apenas porque tal está 'certo', mas também porque assim é eficaz".
2008	Matten & Moon	Importância, para o bem da sociedade, da RS definida como "políticas e práticas das corporações que refletem a responsabilidade para com um bem social mais amplo".

ano	fonte	teoria / conceito / definição
2008	Matten & Moon	Variações da RS no contexto geográfico com ênfase em duas dimensões, <i>explícita</i> e <i>implícita</i> .
2010	Steurer	abordagem mais progressista de regulação conjunta da sociedade.
2012	Lange & Washburn	<i>i-RSC</i> : definida como um dano social causado pela irresponsabilidade da empresa, sendo determinado pela avaliação dos observadores da empresa sobre as suas ações e o seu efeito sobre os outros.
2012	Tench, Sun & Jones	<i>i-RSC</i> : analisam as motivações para uma empresa ser socialmente irresponsável, através de práticas ilegais ou marginalmente legais, mas insustentáveis e/ou antiéticas, e de como essa irresponsabilidade afeta as diversas partes interessadas.
2014	Moon	Dimensões comuns nas várias definições de RS: Responsabilidade para com e pela sociedade; Conduta ética, de responsabilidade e sustentabilidade.

Fonte: Elaborado pelo autor

1.3 Responsabilidade Social e ética

No campo empresarial a ética está intimamente associada à Responsabilidade Social, que abrange conceitos variados como sejam a ética nos negócios, a gestão das partes interessadas (Carroll & Brown, 2018).

Remetendo a ética para a concretização da conduta individual, norteadas por princípios individuais adquiridos pela formação – escolar, religiosa ou outra – pela experiência de vida em comunidade nos grupos sociais, através da liderança e dos colegas, a ética é um tema que se enquadra na cultura das empresas e na sua conduta prática, decorrente de um número infinito de atividades e de problemas que podem ter uma dimensão ética e serem avaliados desse ponto de vista ((Firth, 1966; Ossowska, 1970/85; Grad, 1985; Sison, 2000; Lojewska-Krawczyk, 2001 cit in Swiatkiewicz (2008)).

Gera-se assim uma “ética organizacional” na cultura das organizações resultante do modo como a organização foi sendo gerida e da sua própria aprendizagem.

Para Passos (2017, p-9), a “ética empresarial é, antes de mais, uma ciência que promove a legalidade, humanidade, a transparência, a responsabilidade social, os valores e uma cultura organizacional, capaz de criar condições promotoras das melhores decisões, a nível individual e organizacional e, nesse sentido, promover a inovação de produtos, processos, tecnologias e marketing organizacional”.

Tal como refere Swiatkiewicz, existe uma relação direta entre a perceção da dimensão ética dos problemas organizacionais e a problemática do desenvolvimento moral humano segundo a teoria de Kohlberg (Swiatkiewicz, 2008).

Num estudo de opinião (Carroll, Sullivan e Markowitz, 1995) foi solicitado que se identificassem os 74 atributos que melhor descreveriam uma empresa socialmente responsável. Foram apontados cinco principais atributos de Responsabilidade Social, que por sinal refletem atividades na esfera da responsabilidade legal e ética e nas quais um desvio corresponderia provavelmente a uma irresponsabilidade:

1. a empresa faz produtos seguros;
2. a empresa não polui o ar ou a água;
3. a empresa obedece à lei em todos os aspetos dos seus negócios;
4. a empresa promove um comportamento ético dos seus funcionários;
5. a empresa está comprometida com políticas seguras no local de trabalho.

Nas pequenas empresas, onde “a linguagem de ética, enquanto filosofia moral, não faz parte do discurso empresarial habitual, não sendo, porém, totalmente estranha” (Spence & Lozano, 2000, p. 52), para comunicar questões éticas, basta utilizar instrumentos informais (Spence & Lozano, 2000; Guillén, Melé, & Murphy, 2002). Nas grandes empresas, os mecanismos formais são essenciais para orientar a conduta ética (Guillén, Melé, & Murphy, 2002; Schwartz, 2011).

De acordo com o estudo realizado por Olgierd Swiatkiewicz (2008), a implementação de elementos de ética formal na empresa produz um impacto positivo ao nível cognitivo interno, sendo que nas empresas de origem estrangeira predominam documentos escritos de ética, em contraste com as empresas nacionais.

Na literatura, a discussão sobre a Responsabilidade Social das empresas ou a cidadania organizacional, desenvolve-se em torno de duas orientações extremas, polarizadas desde o início desta nova disciplina, uma pró-lucrativa – envolvimento mínimo, influência socialmente neutra – e outra pró-social e pró-ativa (Buchholz & Rosenthal, 1998; Lewicka-Strzalecka, 1999; Sison, 2000; Lovell, 2002; Fisher & Lovell, 2003). “A procura de resposta à questão perante quem e pelo quê as organizações económicas são responsáveis, levou à formulação da teoria das partes interessadas” (Gasparski, 2002, p. 22), que Luijk (2000) considera central para a ética empresarial.

A BlackRock, empresa nascida de uma start-up em 1988 e que se tornou no maior investidor mundial depois de adquirir a Merrill Lynch Investment Management em 2006 e o

Barclay's Global Investors em 2009, estabelece, para si própria, padrões que vão para além dos exigidos pelas leis e regulamentos aplicáveis à atividade da empresa, como veículo para uma reputação de integridade que reconhece como sendo um dos seus ativos mais importantes. Larry Fink, fundador e CEO da BlackRock realça que “A confiança que os nossos clientes depositam em nós deve ser conquistada todos os dias” (Fink, L. (2019).

A empresa possui um *Código de Conduta e Ética nos Negócios* que contém linhas de orientação para os funcionários, suportado por políticas e programas de conduta e reforçado através de formação. Os princípios subjacentes ao código e às políticas da empresa versam sobre conflitos de interesse, presentes, lavagem de dinheiro e combate ao terrorismo, fraude, sanções, atividades externas, contribuições políticas e suborno e corrupção.

Para além disso, esta empresa delineou um *Código de Conduta e Ética do Fornecedor* que descreve as expectativas sobre os padrões mínimos dos seus fornecedores, relativamente a direitos humanos, inclusão e diversidade, sustentabilidade ambiental, integridade e ética nas práticas de gestão.

Em 2019 numa carta dirigida aos CEOs sob o tema “Objetivo e Lucro”, Larry Fink afirma que os lucros não são de forma alguma inconsistentes com o objetivo, mas que estão intrinsecamente ligados. Os lucros são essenciais para que uma empresa sirva efetivamente a todos os seus *stakeholders* ao longo do tempo - não apenas acionistas, mas também funcionários, clientes e comunidades. O objetivo unifica a gestão, os funcionários e as comunidades, impulsiona o comportamento ético e cria uma verificação essencial das ações que vão contra os melhores interesses das partes interessadas.

Tal como resumido no estudo de Swiatkiewicz (2008), a formalização da ética permite transmitir as linhas orientadoras de forma clara a todos os níveis da estrutura organizacional (Guillén, Melé, & Murphy, 2002). Nesse sentido, muitas empresas implementam elementos de ética formal como códigos de ética, códigos de conduta ou de boas práticas, formações na área, declaração de valores, comissões ou unidades de ética, risco e compliance, divulgação de informação sobre ética e boas práticas, linhas telefónicas. No entanto, o mesmo estudo concluiu-se que a implementação de elementos de ética formal pode contribuir para uma diminuição da responsabilidade e conduzir à desculpabilização por atos potencialmente imorais.

Por outro lado, de acordo com Van Houwelingen (2018) para alguns empresários e gestores, a existirem responsabilidades éticas nos negócios, estas devem ser muito limitadas, uma vez que o objetivo de uma empresa tem de ser o lucro. Neste artigo, a autora afirma ainda que em alguns casos o interesse pelo bem-estar dos outros não é prioridade, a não ser

que esteja diretamente ligado ao objetivo de aumentar a riqueza pessoal e que, nesta perspetiva, o centro da ética são as pessoas, os seus direitos, deveres e o seu bem-estar, e o centro dos negócios é o lucro.

2. Setor Público Empresarial. Setor Empresarial do Estado

Pommer & Van Houwelingen (2016) definem administração pública como sendo aglutinadora de todas as atividades públicas dirigidas a formulação de políticas, legislação e gestão do setor público, bem como serviços públicos, estando destinados a garantir a participação legal dos cidadãos na sociedade.

A **Administração Pública** Portuguesa encontra-se organizada em três grandes grupos: Administração Direta do Estado, Administração Indireta do Estado e Administração Autónoma.

A **Administração Autónoma** divide-se por sua vez em Regional e Local, espelhando a organização da Administração Direta e Indireta do Estado a nível local ou regional; e Associações Públicas organizadas em torno de interesses não lucrativos de um grupo de pessoas, como as Ordens Profissionais.

A **Administração direta** do Estado integra todos os órgãos, serviços e agentes do Estado cuja atividade visa a satisfação das necessidades coletivas, e dependem hierarquicamente do Governo, dividindo-se em: Serviços Centrais, com competência em todo o território nacional como a Direção Geral de Saúde ou a Direção Geral de Viação; e Serviços Periféricos, com competência territorial limitada como as Direções Regionais de Agricultura ou os Governos Cívicos.

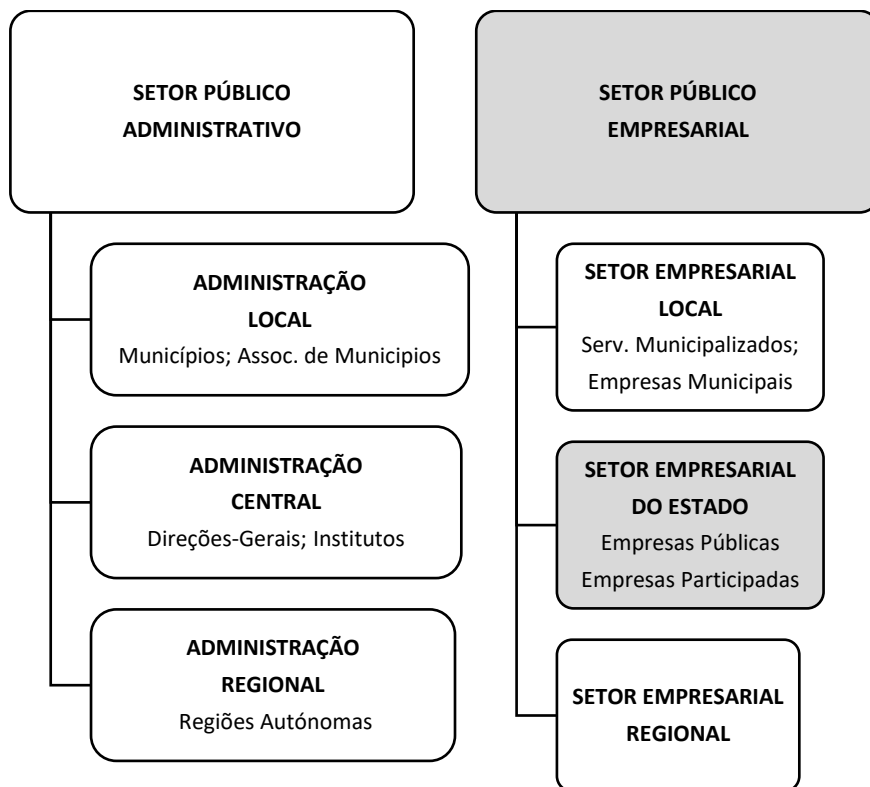
A **Administração Indireta** do Estado compreende as entidades públicas com personalidade jurídica e autonomia administrativa e financeira, mas que prosseguem fins próprios do Estado. Neste grupo incluem-se; os Serviços Personalizados, como o INE ou o LNEC; os Fundos Personalizados, como serviços sociais das forças de segurança; e as Entidades Públicas Empresariais, como o Centro Hospitalar de Setúbal, EPE ou a Infraestruturas de Portugal, SA que constituem empresas na esfera do setor público.

O conjunto das entidades controladas pelo poder político na esfera do **Setor Público** divide-se em **Sector Público Administrativo** e **Sector Público Empresarial**.

Os objetivos do **Setor Público Administrativo** (Administração Central, Administração Local e Administração Regional) passam pelo cumprimento de algumas atividades da competência do Estado, como a segurança e a defesa, a administração da justiça pelos tribunais, ou o ensino gratuito. A sua atuação não tem por base critérios empresariais, isto é, não tem por objetivo a obtenção de lucro.

O **Setor Público Empresarial** tem por objetivo satisfazer necessidades coletivas, assegurando parâmetros de qualidade, eficácia, economia e eficiência dos recursos humanos e financeiros que têm seu dispor para o exercício das suas atribuições, contribuindo para o equilíbrio económico, numa lógica de mercado e de obtenção de lucro (Freitas do Amaral, 2015).

Figura 1 - Enquadramento do Setor Empresarial do Estado



Fonte: Elaborado pelo autor

A partir do ano de 2013, com a publicação do Decreto-lei nº 133/2013 de 3 de outubro foi estabelecido um novo regime jurídico do **Setor Público Empresarial**. Este novo regime jurídico estabeleceu princípios e regras de governo das empresas públicas, designadamente as bases gerais do estatuto das empresas públicas, normas sobre a constituição das estruturas de administração, práticas de bom governo a observar onde se destacam a prevenção de conflitos de interesses, a adoção de códigos de ética, deveres de transparência dos dados das empresas e de divulgação anual de relatórios de boas práticas.

Esta iniciativa legislativa de implementação de um controlo mais transparente da conformidade legal e da boa gestão pública, separando também as funções de administração executiva e de fiscalização, foi de encontro aos compromissos estabelecidos no memorando de entendimento celebrado entre o Estado Português e a Troika, no âmbito do Programa de Assistência Económica e Financeira a Portugal que decorreu no período mar/2011 – jun/2014, prosseguindo também o objetivo de aproximar o modelo de governo destas empresas às melhores práticas internacionais.

Neste contexto, também através do Decreto-Lei nº 13/2013 de 3 de outubro, foi criada a Unidade Técnica de Acompanhamento e Monitorização do Setor Público Empresarial – UTAM, entidade com autonomia administrativa na dependência direta do Ministro das Finanças, com as funções de consulta e apoio à tomada de decisão das empresas públicas.

O novo regime jurídico passou a integrar, para além das empresas públicas e das empresas participadas pelo Estado, também as empresas do designado Setor Empresarial Local: Serviços Municipalizados ou Intermunicipalizados e Empresas Municipais, que assim passaram a ficar sujeitas às mesmas regras de controlo e de transparência (Portal Autárquico, 2020).

Do universo do Setor Público Empresarial fazem parte entidades organizadas de forma empresarial que operam em diversos setores de atividade, seja na produção ou na venda de bens e serviços, seja com fins sociais. As empresas do Setor Público Empresarial podem depender dos municípios e associações de municípios – empresas do Setor Empresarial Local; dos Governos Regionais – Setor Empresarial Regional; ou do Estado – as empresas que integram o **Setor Empresarial do Estado**.

Como parte do Setor Público Empresarial, o Setor Empresarial do Estado constitui um importante instrumento de política económica ao integrar um conjunto significativo de empresas detidas ou participadas pelo Estado, as quais são organizadas e geridas de forma empresarial, com responsabilidade pela gestão das infraestruturas públicas fundamentais e pela prestação de serviços públicos essenciais (Direção Geral do Tesouro e Finanças, 2020).

As **Empresas Públicas** (artigo 5º do DL 133/2013) prosseguem fins lucrativos, embora na prática possam não ser lucrativas, sendo nesse caso consideradas deficitárias (caso em que, após três exercícios consecutivos com capital próprio negativo, os órgãos de administração propõem obrigatoriamente ao acionista medidas para superar a situação deficitária, ou a própria extinção). O lucro público gerado pode ser aplicado no autofinanciamento da própria empresa ou na remuneração do financiamento inicial do acionista Estado, ou noutra qualquer finalidade determinada por lei. Os principais motivos para

a criação de empresas públicas podem ser de vária ordem: necessidade do Estado intervir em setores chave da economia nacional, questões de modernização e eficiência da Administração, execução um programa ideológico, prestar ao público bens ou serviços em condições especialmente favoráveis, ou a promoção de incentivos ao desenvolvimento de determinada região.

As **Empresas Participadas** (artigo 7º do DL133/2013) são empresas privadas onde o Estado tem participação permanente ou é acionista.

No Anexo I é apresentada a carteira global das empresas em que o Estado detém participação direta, com exceção das empresas em liquidação, atualizada em 31-12-2020 e publicada no site da Direção-Geral do Tesouro e Finanças.

3. Responsabilidade Social no Setor Público Empresarial

Se bem que a Responsabilidade Social das empresas tenha começado por ser um conceito neoliberal com papel na diminuição das regulamentações governamentais, nos últimos anos tornou-se numa abordagem mais progressista de regulação conjunta da sociedade (Steurer, 2010). Esta abordagem conjunta resulta da dificuldade de os governos, só por si, deterem a capacidade de cumprirem com a responsabilidade tradicionalmente assumida de melhorar as condições de vida da população (Jamali & Mirshak, 2007).

Nesse sentido foram também colocadas as questões sociais e ambientais nas relações estado/empresas. As políticas públicas de RSE passam a incorporar estratégias para as múltiplas partes interessadas, de forma voluntária, espírito que reflete como a capacidade dos governos para regular as ações das empresas foi transformada em questões sociais e ambientais (Albareda, Lozano, e Ysa, 2007).

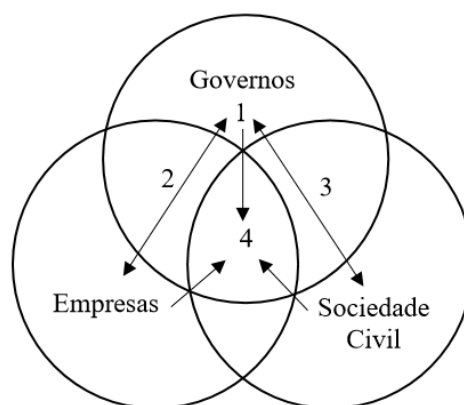
O caráter voluntário da Responsabilidade Social Corporativa levou Steurer (2010) a questionar a preocupação dos governos quanto a este conceito. Baseando-se na literatura que analisou, Steurer encontrou cinco respostas para a questão:

- r1. Os governos estão interessados nas práticas de RSE porque os respetivos esforços empresariais podem ajudar a cumprir os seus objetivos políticos de forma voluntária, objetivos que podem ser de sustentabilidade e de proteção ambiental, ou o cumprimento de políticas externas relacionadas com o desenvolvimento humano e assistência ao desenvolvimento.

- r2. As políticas de RSE são consideradas um complemento para os rigorosos regulamentos, nos casos em que os novos regulamentos são politicamente menos aceites ou inviáveis.
- r3. Os governos procuram estar presentes e desempenhar um papel mais ativo na definição do conceito de RSE e também promover positivamente as respetivas práticas, com iniciativas mais brandas e não vinculativas.
- r4. A abordagem das políticas de RSE coincide com uma transição mais ampla dos governos públicos, que vai desde a regulação hierárquica até modos regulação autónoma, com semelhanças a redes de parceiros.
- r5. Tendo em conta que a RSE se prende com a gestão das relações com uma ampla variedade de partes interessadas, o conceito reformula, não apenas as rotinas de gestão, mas também os papéis e relações entre empresas, governos e sociedade civil. Os governos têm então interesse em envolverem-se na definição conjunta das mudanças nos diferentes setores, em vez de serem sujeitos passivos das mudanças impostas.

Albareda *et al.* (2007) introduziram um modelo dos relacionamentos entre os governos, as empresas e as partes interessadas da sociedade civil, propondo que os agentes não funcionem como polos opostos, mas sim de forma colaborativa, estabelecendo-se relações bilaterais entre governo, empresas e sociedade civil.

Figura 2 - Modelo relacional das políticas públicas de Responsabilidade Social



Fonte: Albareda *et al.* (2007)

1. *Responsabilidade Social nos governos*: são as políticas públicas desenvolvidas pelos governos em prol da sua própria responsabilidade social, liderando como exemplo.

2. *Responsabilidade Social nas relações governo / empresas*: são as políticas públicas destinadas a melhorar as práticas de responsabilidade social nos negócios.
3. *Responsabilidade Social nas relações governo / sociedade*: são as políticas públicas de responsabilidade social que têm como objetivo melhorar a consciencialização das partes interessadas da sociedade civil.
4. *Responsabilidade Social relacional*: são as políticas públicas de responsabilidade social criadas para melhorar a colaboração entre o governo, as empresas e as partes interessadas da sociedade civil.

3.1 Responsabilidade Social no Setor Empresarial do Estado

As empresas do setor empresarial do estado constituem um importante instrumento de política económica nacional, que de acordo com Freitas do Amaral (2015) têm por objetivo satisfazer necessidades coletivas, assegurando parâmetros de qualidade, eficácia, economia e eficiência dos recursos humanos e financeiros que têm seu dispor para o exercício das suas atribuições. Estas empresas, detidas ou participadas pelo Estado, têm responsabilidade pela gestão de infraestruturas fundamentais do país e pela prestação de serviços públicos essenciais, o que grosso modo significa gerir dinheiro e bens públicos.

A boa gestão das empresas públicas é por isso de extrema importância.

Através do Decreto-Lei nº 133/2013 de 3 de outubro, o governo português estabeleceu princípios e regras aplicáveis ao Sector Público Empresarial, incluindo as bases gerais do estatuto das Empresas Públicas, com o intuito de promover uma melhoria do desempenho da atividade das empresas públicas. Este diploma define princípios e regras aplicáveis à monitorização e ao controlo a que as empresas públicas estão submetidas, assim como práticas de bom governo que devem ser observadas sendo de sublinhar: a prevenção de conflitos de interesses, a adoção de um código de ética e a divulgação de informação.

A NP4469-1:2019 introduz um conceito muito importante no quadro das empresas públicas, enquanto gestoras da coisa pública: o comportamento ético e transparente, *integrado em toda a organização*, que tenha em conta as expectativas das partes interessadas, *o bem-estar da sociedade*.

As autoridades públicas têm um papel importante no apoio e no incentivo às empresas para conduzir os seus negócios com responsabilidade, tendo a União Europeia introduzido nos últimos anos uma combinação de ações, voluntárias e obrigatórias, para promover a Responsabilidade Social.

Neste quadro, a Comissão Europeia reflete sobre a responsabilidade social. No seu site encontra-se informação orientada para a responsabilidade social das empresas, cujas ações têm impactos significativos na vida dos cidadãos seja pelos produtos e serviços que disponibilizam, pelos empregos que criam, seja pelas condições de trabalho, direitos humanos, meio ambiente. É, pois, natural que os cidadãos esperem que as empresas percebam os seus impactos na sociedade, positivos ou negativos, e que estas sigam uma gestão capaz de mitigar os impactos negativos.

A Comissão Europeia, tendo em vista estimular os progressos no âmbito das três prioridades definidas na Comunicação “EUROPA 2020 – Estratégia para um Crescimento Inteligente, Sustentável e Inclusivo”, definiu sete iniciativas de entre as quais se destaca a «Agenda Digital para a Europa», para acelerar a implantação da Internet de alta velocidade e para que as famílias e as empresas possam tirar partido de um mercado único digital, onde naturalmente se inclui a divulgação pública de informação das empresas.

Também de entre as orientações de atuação da Comissão Europeia, consta a determinação de “Renovar a estratégia da UE para promover a responsabilidade social das empresas, enquanto elemento-chave da confiança a longo prazo dos trabalhadores e dos consumidores.

4. Divulgação da prática de Responsabilidade Social

A divulgação de informação pelas empresas é um aspeto crucial na promoção de transparência na comunicação das organizações com as partes interessadas.

A divulgação das práticas de Responsabilidade Social, ou seja, o fornecimento voluntário de informações para além das de carácter obrigatório, tem vindo a tornar-se uma estratégia de diferenciação para as empresas (Conde & Gallardo, 2016).

Recorrentemente as empresas de grande dimensão investem tempo e dinheiro na divulgação de informação sobre a sua performance social e ambiental (Gamerschlag, Möller, & Verbeeten, 2011).

Por outro lado, a divulgação de informações através dos sites é uma prática cada vez mais adotada pelas organizações, permitindo uma maior proximidade entre as instituições e os cidadãos (Joseph and Taplin, 2011; Moneva and Martin, 2012; Nevado *et al.*, 2013).

Esta prática permite uma melhor aproximação às necessidades dos cidadãos, devido à crescente procura de informações verificada nos anos recentes (Rodríguez, Gallego and Garcia, 2010).

Apesar da inexistência de publicações sobre Responsabilidade Social nos media convencionais dos anos 80 e início dos anos 90, um conjunto de pesquisas parecia emergir na contabilidade, nas organizações e na própria sociedade, conforme afirmam Cho, Michelon, Patten, & Roberts (2015) sendo que um assunto bastante importante da época se prendia com o facto da própria divulgação das práticas de Responsabilidade Social por parte das empresas ser vista como meio para a legitimação das mesmas.

Os modelos de relatórios tradicionais focados em dados meramente financeiros passam a ser pouco usuais nos meios empresariais e parece haver cada vez mais um foco no *triple bottom line*, ou seja, relatórios que englobem não só informação económica, mas também social e ambiental, incluindo também a divulgação relativa à Responsabilidade Social, sendo cada vez mais importante para os *stakeholders* terem também um bom desempenho social e ambiental e não apenas financeiro (Bonsón & Bednárová, 2015).

Bonsón & Bednárová (2015) admitem ainda que a divulgação de informação relativamente à dimensão social e ambiental das empresas tem um importante papel no desenvolvimento sustentável destas, devendo ser investigada mais detalhadamente. Surgem no decorrer dos anos variados estudos que se prendem com este tópico e também de como a dimensão ou mesmo o ramo de atividade das empresas influencia a divulgação de informação de Responsabilidade Social das mesmas.

Cho *et al.* (2012) afirmam, em concordância com a literatura, existirem duas teorias relativas à divulgação de informação por parte das empresas, por um lado a teoria da divulgação voluntária e, por outro lado, a teoria da legitimidade, explicando que na primeira as empresas divulgam as informações para sinalizarem uma estratégia proactiva não observável em relação às preocupações ambientais por empresas com pior desempenho, enquanto que a segunda argumenta que as empresas adotam a divulgação de informação como uma ferramenta para reduzir a exposição ao ambiente social e político, sendo importante perceber qual a real motivação das empresas, uma vez que é importante haver transparência no que toca a este tipo de informações. Ainda segundo Cho *et al.* (2012), a teoria da divulgação voluntária defende que empresas com bom desempenho ambiental estão

dispostas a divulgar voluntariamente mais informações de carácter ambiental do que as empresas com pior desempenho. Por outro lado, como estas empresas têm uma prestação mais “fraca” no que toca à sua interação com o meio ambiente, há uma maior exposição para com a sociedade e o governo, sendo por isso incentivada a divulgar mais amplamente estas informações por forma a reduzir também potenciais questões ou entraves à sua atividade.

Conforme a investigação de Albitar (2015), um forte regime de divulgação aumenta a transparência da informação e é uma ferramenta poderosa para influenciar o comportamento dos *stakeholders*, sendo que os mesmos têm mais confiança nas empresas acabando por atrair mais capital, isto se as informações forem adequadas e confiáveis. A qualidade das decisões de investimento depende muitas vezes da qualidade e quantidade de informações disponíveis, sendo por isso uma mais valia haver divulgação das mesmas por parte das entidades. Através dessa investigação Albitar acredita na existência dois tipos de características das empresas que podem influenciar o nível de divulgação de informação por parte das empresas. Primeiramente, as características da própria empresa, como o tamanho da mesma, a idade bem como o nível de rentabilidade e liquidez da empresa; por outro lado, as variáveis relacionadas com a governança corporativa, nomeadamente se tem um diretor independente, qual o tamanho do comité de auditoria, bem como a estrutura de *stakeholders* ou proprietários. Com a sua investigação, e após análise de relatórios de 124 empresas na Jordânia listadas no Amman Stock Exchange entre 2010 e 2012, todas as variáveis supracitadas têm um impacto positivo na divulgação, exceto as percentagens de diretores independentes e estrutura de *stakeholders* que afetam negativamente a divulgação de informação por parte das empresas.

Tendo por base uma amostra total de 500 empresas industriais, do período de 1977 a 2010, Cho, Michelon, Patten, & Roberts (2015) concluíram que a divulgação da Responsabilidade Social uma tendência crescente com o passar dos anos, variando de empresa para empresa, consoante o seu tamanho.

Segundo Gamerschlag *et al.* (2011), com base numa amostra composta pelas 130 maiores empresas alemãs listadas nos índices bolsistas alemães (DAX, MDAX e SDAX) as empresas das indústrias de consumo e de fornecimento de energia divulgam mais informação relativa a Responsabilidade Social, justificando a tendência pela sua posição pública e por muitas vezes serem consideradas indústrias poluentes. Por outro lado, as empresas de prestação de serviços como seguradoras, de tecnologias industriais e de software tendem a divulgar menos informação.

Habek & Wolniak (2015) verificam ainda que, uma vez que cada país aplica a sua própria legislação sobre a divulgação de informações não financeiras, verifica-se a existência

de diferenças entre os modelos de divulgação de informação de Responsabilidade Social adotados entre as empresas dos diversos países da União Europeia.

Para além da importância de uma atividade socioambiental favorável é também importante que os *stakeholders* estejam conscientes destes comportamentos através da divulgação de informação por parte das empresas, sendo que esta tem um papel fundamental na construção da reputação das empresas, devendo esta informação estar em conformidade com a realidade empresarial e não servir apenas como fachada (Conde & Gallardo, 2016).

A maioria dos estudos existentes até aos dias de hoje prendem-se com a divulgação das informações de Responsabilidade Social no setor privado, no entanto, assistimos a um aumento no que toca a esta mesma divulgação no setor público nos anos mais recentes (Carvalho, Vázquez & Gil, 2018). Posto isto, é importante explorar mais esta vertente da divulgação, com base na literatura já existente.

Há um interesse cada vez maior por parte dos cidadãos em relação à transparência das entidades que fazem parte do setor público em termos de sustentabilidade, sendo necessário que as mesmas divulguem estas informações (Nevado-Gil & Gallardo-Vázquez, 2016).

Em suma, a divulgação das práticas de Responsabilidade Social vai depender, na maioria dos casos, do setor em que a mesma atua e da dimensão da mesma. Importante é também perceber quais são os meios mais usados para a disseminação das informações que adotam ou pretendem vir a adotar, sendo que na literatura analisada os relatórios de sustentabilidade e a própria Internet surgem como as principais vias de apoio à divulgação.

4.1 Meios de divulgação: Relatórios e Internet

Para Habek & Wolniak (2015), as empresas podem divulgar as suas práticas de RSE através da publicação de relatórios que, segundo os autores, são cada vez mais comuns. No entanto, a informação que o leitor comum procura nem sempre consta destes relatórios.

Em 1997, nos Estados Unidos da América, a Global Reporting Initiative (GRI) publicou as diretrizes para harmonização dos relatórios de divulgação do desempenho social e ambiental das empresas, que viriam a ser adotadas como padrão internacional (Calixto, 2011). Estas diretrizes fornecem uma estrutura de relatório que inclui questões sociais, ambientais e económicas relacionadas entre si, que devem ser consideradas na divulgação dos relatórios das empresas (Gamerschlag, Möller, & Verbeeten, 2011).

As divulgações com base nas diretivas GRI seguem o *triple bottom line* (Elkington, 1994) pois junta indicadores económicos, ambientais e sociais. Apesar de ser mundialmente aceite, é um modelo de relatório criticado por ser demasiado extenso, dado que o elevado número de indicadores (84) implicado e o custo da sua preparação seguindo as normas GRI, afastam algumas empresas da adoção deste padrão (Bonsón & Bednárová, 2015).

De acordo com Ribeiro *et al.* (2018), o Suplemento para o Setor Público (SSPA – Sector Supplement for Public Agencies) também emitido pela Global Reporting Initiative apresenta-se mais apropriado para o setor público, indicando uma estrutura de relatório mais uniforme tendo em conta o tipo de informações que cada vez são mais necessárias para avaliar o desempenho económico, ambiental e social das empresas (Williams, 2011).

Por outro lado, no âmbito nacional, o Decreto-Lei 133/2013 vincula as empresas públicas obrigações à divulgação de diversas informações relativas ao seu desempenho social, designadamente:

- (art.º 44º) divulgação da estrutura de governo e prestação de contas da empresa;
- (art.º 45º) relatório anual sobre transparência, nomeadamente da forma como foi cumprida a política de responsabilidade social da empresa;
- (art.º 46º) relatório anual de ocorrências, ou risco de ocorrências, de factos de corrupção ativa ou passiva definidos pelo Conselho de Prevenção da Corrupção – Lei nº 54/2008 de 4 de setembro;
- (art.º 47º) divulgação, por todos os seus colaboradores, clientes, fornecedores e pelo público em geral, da adoção de códigos de ética que contemplem comportamentos éticos e deontológicos;

Conde e Gallardo-Vázquez (2016) admitem que estes relatórios são das fontes mais procuradas para obtenção de informação para investigação académica. Não obstante, e num mundo cada vez mais moderno, é importante que os interessados tenham acesso rápido a estas informações, para o que as tecnologias de informação são um veículo privilegiado para a sua obtenção de forma mais cómoda e rápida para os utilizadores.

No âmbito nacional, o Decreto-Lei nº 133/2013 já preconiza, através do seu Artigo 53º, que a informação de divulgação pública seja divulgada no sítio na Internet da Unidade Técnica, mas também no sítio na Internet da própria empresa, sendo livre e gratuito o acesso a essa informação.

Desta forma, anualmente cada empresa informa o acionista estado e o público em geral do modo como foi prosseguida a sua missão e do grau de cumprimento dos seus objetivos, bem assim da forma como foi cumprida a sua política de responsabilidade social.

O objetivo de transparência de gestão das empresas públicas através da preconização legal do dever de informação através da Internet está em linha com a observação de Nevado-Gil & Gallardo-Vázquez (2016), em que as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) têm vindo a contribuir para uma maior divulgação da informação pública dos organismos através das suas páginas web.

Sendo cada vez maior o desenvolvimento tecnológico e o seu contributo para a comunicação, é também cada vez mais necessário colocar as ferramentas tecnológicas como fonte de informação, devendo as empresas apostar na Internet como plataforma para a divulgação das informações que podem ser úteis a todas as partes interessadas (Albitar, 2015).

A divulgação de informação tem vindo cada vez mais a ser transmitida por novos meios e formatos tecnológicos, pelo que a Internet se torna cada vez mais um elemento fundamental para difusão da informação (Bonsón, Torres, Royo, & Flores, 2012).

Para além disso, as novas tecnologias surgem como um meio para facilitar a transmissão e divulgação de informação entre as empresas e os seus *stakeholders* (Nevado-Gil & Gallardo-Vázquez, 2016). As empresas passam a ter um meio auxiliar para partilhar as informações, numa comunicação direta, instantânea e bidirecional, na medida em que, na maioria dos casos, pode receber-se um feedback ou reação por parte dos leitores que acedem à informação (Silva, 2014).

Conde e Gallardo-Vázquez (2016) admitem que, “como meio de comunicação, a Internet tem demonstrado capacidade de melhorar a satisfação do cliente através da expansão da quantidade e qualidade das informações prestadas pelas empresas, até agora de outras maneiras, gerando valor acrescentado para a empresa dificilmente alcançável através dos canais de comunicação tradicionais”, colocando a Internet como meio de comunicação de primeira linha.

Romano *et al.* (2014), bem como outros inúmeros autores optam pela recolha de dados diretamente pelas páginas web das empresas e organismos. Na sua investigação concluem que empresas com mais recursos financeiros estão dispostas a investir mais nas suas páginas web, divulgando também mais informação, assumindo também que esta plataforma é das mais eficazes e abrangentes, sendo também de baixo custo e eficientes na propagação da informação.

CAPÍTULO 2 – ESTUDO EMPÍRICO

5. Objetivos e Metodologia

A finalidade do presente estudo consiste no apuramento do grau de divulgação de informação sobre as práticas de Responsabilidade Social adotadas pelas empresas do Setor Empresarial do Estado.

Com esse fim, recorreu-se as páginas web institucionais das empresas do Setor Empresarial do Estado que constituíram a amostra (Tabela 2). Essas páginas web foram analisados quanto à divulgação dos 87 indicadores definidos para a recolha de informação (Anexo II).

5.1 Metodologia

Seguindo os objetivos deste estudo exploratório foi realizada uma análise de conteúdo (Nevado-Gil & Gallardo-Vázquez, 2016; Carvalho *et al.* 2017) das páginas web, com o intuito de estudar a divulgação de informação sobre Responsabilidade Social, disponibilizada pelas empresas do Setor Público Empresarial através das respetivas páginas web, tendo-se procedido a algumas adaptações inerentes às características das organizações que constituem o público-alvo desta investigação.

Para avaliar o nível de divulgação de informação foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, técnica que tem sido utilizada em diversos estudos da mesma natureza, como Larrinaga e Pérez (2008), Bravo *et al.* (2012), Kuo *et al.* (2012), Andrikopoulos e Krikilani (2013), Nevado *et al.* (2013) e Bairral *et al.* (2015), Da Bairral *et al.*, 2015, entre outros.

A análise de conteúdo é feita através de uma revisão detalhada das informações sobre responsabilidade social, divulgadas nas páginas web das empresas, no período compreendido entre maio e dezembro de 2020.

Posteriormente é medido o nível de divulgação de informação sobre Responsabilidade Social através do Índice de Divulgação de Nevado-Gil & Gallardo-Vázquez (2016), ajustado e adaptado para o presente trabalho.

5.2 Amostra

As matérias de Responsabilidade Social são transversais a toda a sociedade e a todos os setores de atividade.

Para a realização do presente estudo foram selecionadas 24 empresas do Setor Empresarial do Estado, tendo por base um critério da diversidade de setores (Tabela 2), as quais desenvolvem atividade em diversos setores, como o financeiro, dos transportes e infraestruturas, da cultura, pescas, águas e saneamento, informação, entre outros.

Acrescentando ao critério da diversidade um critério de afinidade regional, foi dada preferência a empresas com expressão no Distrito de Setúbal, por via da sua sede ou operação nesta região.

Tabela 2 - Amostra

Administração dos Portos de Setúbal e Sesimbra	Caixa Geral de Depósitos	Infraestruturas de Portugal
Administração dos Portos de Sines e do Algarve	Centro Hospitalar Barreiro Montijo	Parque Escolar
Agência de Gestão da Tesouraria e da Dívida Pública	Comboios de Portugal	PME Investimentos - Sociedade de Investimento
Agência Nacional de Inovação	Docapesca - Portos e Lotas	Rádio e Televisão de Portugal
Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal	Ecosaúde	SIMARSUL
Águas de Portugal	ENATUR - Empresa Nacional de Turismo	SOFLUSA / TRANSTEJO
Águas de Santo André	Hospital Garcia de Orta	Teatro Nacional D. Maria II
Baía do Tejo	Imprensa Nacional-Casa da Moeda	Unidade Local de Saúde do Litoral Alentejano

Fonte: Elaborado pelo autor

Todas estas empresas possuem páginas web institucionais, as quais foram analisadas quanto à disponibilização de evidências sobre as suas práticas de Responsabilidade Social.

Em alguns casos, parte da informação é disponibilizada no site da empresa-mãe, como, por exemplo, o site da Águas de Portugal, que alberga informação de outras empresas suas afiliadas – a Águas de Santo André, a Simarsul e mais onze empresas. Nestes casos, algumas informações como as relacionadas com o recrutamento, estão alojadas no site da empresa-mãe, sendo o utilizador direcionado para essa página. No entanto, para efeito do presente estudo, considerou-se que a informação é disponibilizada pela empresa.

5.3 Recolha e tratamento da informação

Definida a amostra, procedeu-se de seguida à análise de conteúdo das 24 páginas web das empresas selecionadas, método utilizado em outras investigações de natureza idêntica (Nevado-Gil & Gallardo-Vásquez, 2016; Carvalho *et al.*, 2018).

O instrumento utilizado para recolha de informação foi um questionário proposto por Nevado-Gil & Gallardo-Vásquez (2016) mas adaptado para o caso das empresas em estudo. A adaptação do questionário resultou num total de 87 indicadores (Anexo II) divididos em cinco eixos de análise abaixo indicados na Tabela 3.

Nas páginas web das 24 empresas constituintes da amostra foi procurada a informação definida por cada um destes 87 indicadores, tanto em ligações diretas existentes nas próprias páginas, como em subpáginas, relatórios ou no motor de busca interno da própria página, caso exista.

Tabela 3 - eixos de análise da divulgação de informação

EIXOS DE ANÁLISE	DEFINIÇÃO	Número de INDICADORES
1	Informação Geral	24
2	Informação Social	24
3	Informação sobre Contratação de Serviços e Obras Públicas	7
4	Informação Económica	16
5	Informação Ambiental	16
Total de indicadores:		87

Fonte: Adaptado de Nevado-Gil & Gallardo-Vásquez (2016)

Sobre cada um destes 87 indicadores, que pela sua extensão se encontram listados no Anexo II, foi aplicado um sistema de pontuação dicotómico, que consiste na atribuição de valores a cada indicador:

- valor 1 (um), caso a empresa revele na página web as informações procuradas, definidas em cada indicador;
- ou 0 (zero), no caso contrário.

Este sistema de pontuação tem sido utilizado em estudos empíricos anteriores de natureza semelhante (Gandía e Archidona, 2008; Frías *et al.*, 2013; Nevado e Gallardo, 2016; Nevado-Gil e Gallardo-Vásquez, 2016; Carvalho *et al.*, 2018).

5.3.1 Índices de Divulgação da Informação

Como anteriormente referido, para o presente estudo foram ajustados e adaptados os índices de divulgação propostos por Nevado-Gil & Gallardo-Vásquez (2016), seguindo a metodologia utilizada e aplicada posteriormente por Carvalho *et al.* (2018).

O uso de índices para medir o nível de informação tem sido utilizado nos estudos de Gandía e Archidona (2008), Navarro *et al.* (2010 e 2015) e Beuren e Angonese (2015), entre outros.

Os índices utilizados no âmbito do presente estudo são que seguidamente se apresentam, sendo os respetivos resultados apresentados nos Apêndices I a IV.

IDX_j – Índice de Divulgação por Eixo:

Mede a percentagem de divulgação de cada empresa em cada um dos eixos analisados. É calculado através do quociente entre a pontuação total obtida por cada empresa em cada eixo e o número de indicadores desse mesmo eixo, encontrando-se os resultados no Apêndice I.

$$IDX_j = \left(\frac{\sum_{i=1}^m A_{ij}}{m} \right) \times 100 \quad (1)$$

em que:

$A_{ij} = 1$, se a informação está presente
 $= 0$, caso contrário

m = número de indicadores que formam cada eixo
 X

X = eixo de divulgação de informação:

G - geral; S - social; C - contratação;
 E - económica; A - ambiental.

IDE – Índice de Divulgação da Empresa:

Mede a divulgação total de cada empresa. É calculado pela soma das percentagens de divulgação utilizadas para o cálculo anterior do índice IDX e o resultado obtido está apresentado no Apêndice I.

$$IDE_j = \sum_{i=1}^D (IDX_j \times \gamma) \quad \text{onde:} \quad (2)$$

IDX = índice de divulgação por eixo
 D = número de eixos de análise
 γ = peso atribuído ao eixo X em função número de indicadores que o constituem

IDI – Índice de Divulgação por Item:

Mede a percentagem de empresas que divulgam cada um dos indicadores analisados. É calculado através do quociente entre a pontuação total obtida para cada indicador e o número de empresas. Os resultados obtidos são apresentados no Apêndice II.

$$IDI_i = \left(\frac{\sum_{j=1}^N A_{i,j}}{N} \right) \times 100 \quad \text{onde:} \quad (3)$$

$A_{ij} = 1$, se a informação está presente
 $= 0$, caso contrário
 N = número de empresas

IDD – Índice de Divulgação por Eixo:

Mede a divulgação do total das empresas em cada um dos cinco eixos de análise, representando a contribuição de cada eixo para o índice de divulgação global. É calculado como a média do índice de divulgação por item (IDI) e os resultados obtidos são apresentados no Apêndice III.

$$IDD_i = \left(\frac{\sum_{i=1}^m IDI_i}{m} \times \gamma \right) \quad \text{onde:} \quad (4)$$

IDI = índice de divulgação por item
 m = número de indicadores que formam cada eixo
 γ = peso atribuído ao eixo X em função número de indicadores que o constituem

IDG – Índice de Divulgação Global:

Mede a divulgação global das empresas abordadas no estudo. É determinado pela contribuição das taxas de divulgação de cada eixo de análise e o resultado é apresentado no Apêndice IV.

$$IDG = \sum_{i=1}^D (IDD_i) \quad \text{onde:} \quad (5)$$

IDD = índice de divulgação por eixo

Assim sendo, com base na análise das informações que as empresas disponibilizam online, foram calculados estes índices, que permitem medir o nível de divulgação das informações relacionadas com a responsabilidade social. Os resultados obtidos são apresentados nos apêndices I a IV.

CAPÍTULO 3 – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Como parte do estudo, foram pesquisadas as páginas web das 24 empresas do Setor Empresarial do Estado constituintes da amostra entre maio e novembro de 2020, recolhendo dados sobre Responsabilidade Social divulgados online por essas empresas, sendo posteriormente traduzidos em informação sobre o grau de divulgação das empresas quanto às suas práticas nessa vertente.

Com base nos indicadores recolhidos por cada dimensão (Anexo III) e no cálculo dos índices descritos na secção anterior (Apêndices I a V), é possível perceber o grau de divulgação de informações disponibilizadas online pelas empresas, quanto às suas práticas de Responsabilidade Social, nas várias dimensões em análise.

6. Resultados

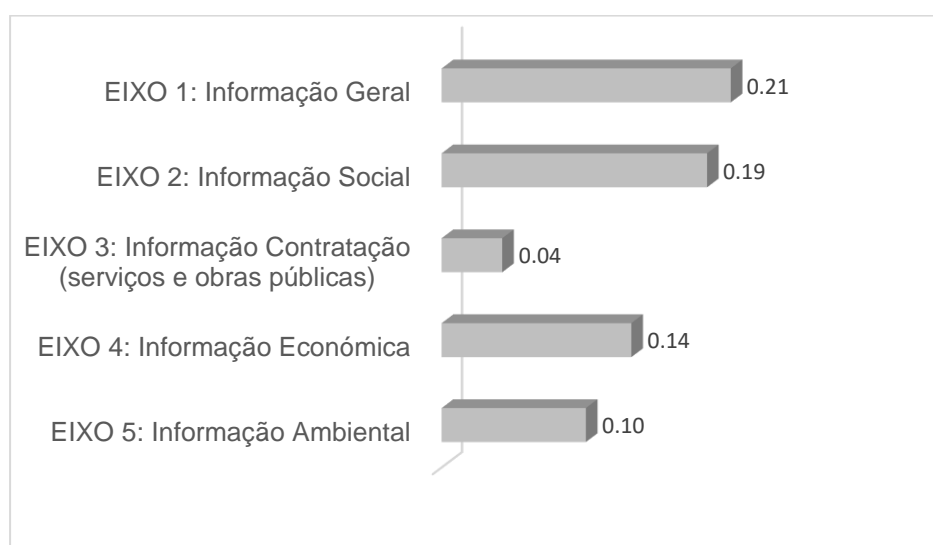
Após o cálculo dos indicadores (Anexo II) em estudo e considerando os dados recolhidos (Anexo III), propõe-se a análise a seguir apresentada sobre os resultados obtidos (Apêndices I a IV) para cada um dos índices de divulgação de informação pelas empresas nas suas páginas web.

O índice de divulgação global (IDG) obtido (Apêndice IV) indica que as empresas constituintes da amostra reportam, em média, 69% do total de informação pesquisada sobre

responsabilidade social. Naturalmente, para este valor global, contribuirão mais umas empresas do que outras. O valor obtido situa-se então entre metade e três quartos do valor total esperado de divulgação à comunidade de informação sobre as práticas de responsabilidade social adotadas pelas empresas.

Notando que a análise da divulgação de informação online sobre responsabilidade social foi dividida em cinco eixos, importa também verificar qual a contribuição de cada um desses eixos para a informação pesquisada, através dos resultados obtidos no cálculo do índice de divulgação por dimensão (IDD).

Figura 3 - Divulgação por eixo de análise



Fonte: elaborado pelo autor

Como se pode observar pelos resultados apresentados no Apêndice III e sintetizados no gráfico da Figura 3, existe heterogeneidade nos valores obtidos em cada um dos eixos de análise, verificando-se que as componentes de informação geral e social são mais amplamente divulgadas, com pontuações de 21,02% e 19,03% respetivamente, sendo a informação sobre contratação e obras públicas a menos divulgada online, com um valor de 4,41%. De referir que este baixo grau de divulgação de informação sobre contratação e obras públicas se verifica nas páginas web das empresas, pese embora a maioria das empresas utilize plataformas eletrónicas de contratação; contudo, essa informação não é disponibilizada diretamente na página web da empresa, e a utilização das plataformas eletrónicas de contratação carece de registo e de uma pesquisa adicional, processo que torna a informação menos disponível ou de obtenção mais difícil.

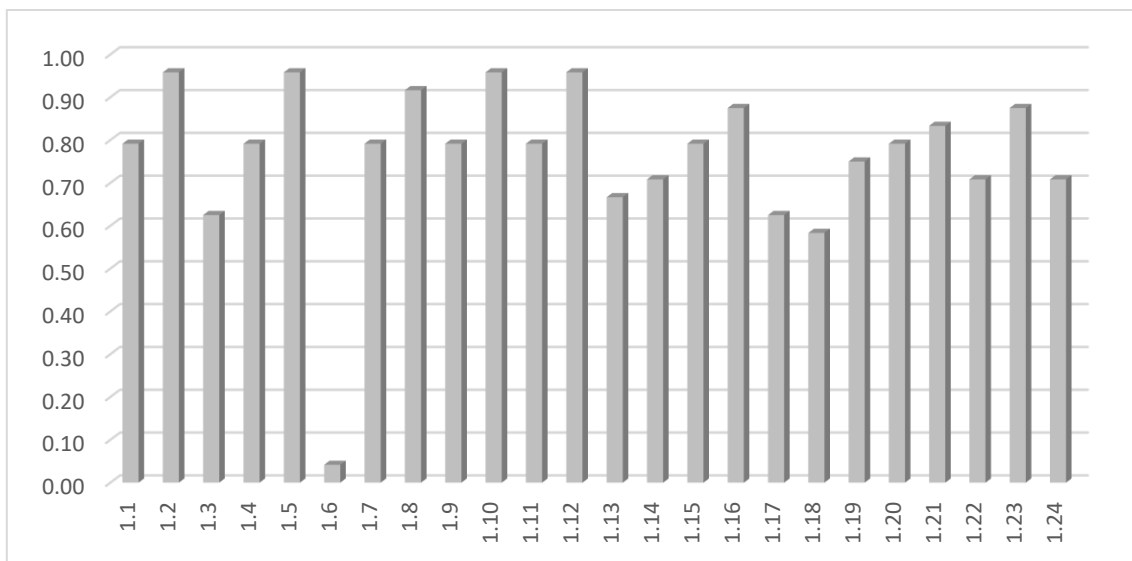
Seguem-se depois as componentes de divulgação de informação sobre os aspetos económicos, com 13,79%; e a vertente ambiental, que com 10,49% reflete pouco a

preocupação com um tema fundamental dos nossos dias. Na realidade, o compromisso das empresas quanto às dimensões social, económica e ambiental, é fundamental para um desenvolvimento económico sustentável, seja na perspetiva *triple bottom line* assente nestas três dimensões (Elkington, 1997 cit in Conde e Gallardo-Vázquez, 2016) seja numa perspetiva de importância estratégica da Responsabilidade Social na gestão das empresas (De Hoo e Olaerts, 2011 cit in Conde e Gallardo-Vázquez, 2016).

O índice de divulgação por item (IDI) permite perceber, em cada eixo de análise da disponibilização de informação online, a percentagem de empresas que divulga cada um dos itens pesquisados.

Verifica-se que quanto ao eixo 1 – Informação Geral, a maioria das empresas divulga online informações sobre o código de ética (87,5%), os regulamentos de prevenção de conflitos de interesses (91,67%), os dados biográficos do presidente e membros do executivo (95,83%), os compromissos de gestão (83,33%), assim como a identificação das partes interessadas (87,50%). Em contrapartida, apenas 4,6% das empresas divulga o endereço de correio eletrónico do presidente e dos membros do executivo. Os salários do presidente e restantes membros do executivo são divulgados por 79,17% das empresas. As informações sobre processos de seleção de pessoal (66,67%), relatórios de monitorização da conduta ética (62,50%), ou sobre prioridades e estratégias em termos de sustentabilidade (62,50%) são divulgadas por pouco mais de metade das empresas.

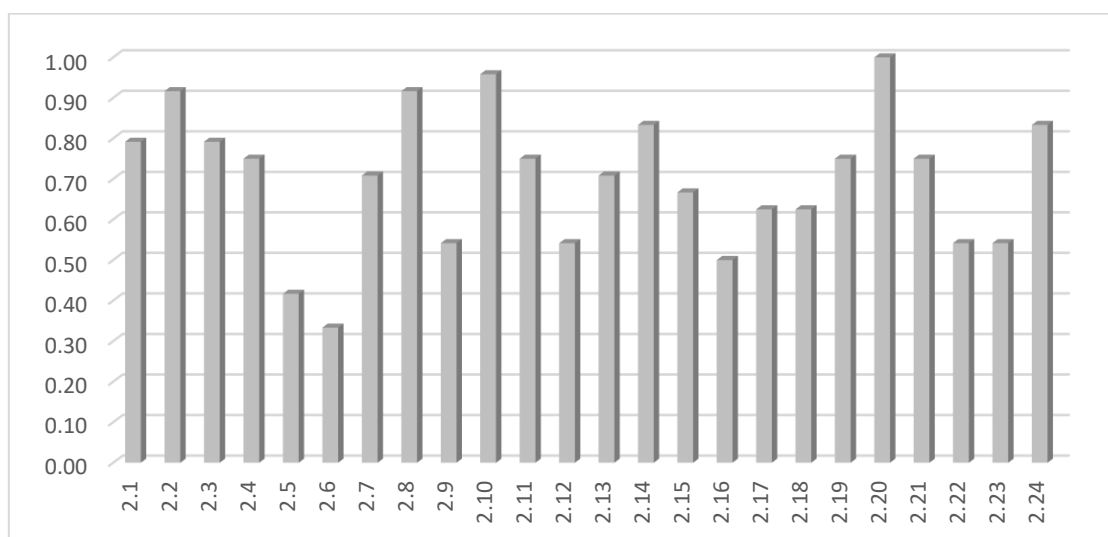
Figura 4 - Eixo 1: informação Geral



Fonte: Elaborado pelo autor

No segundo eixo – Informação Social, verifica-se que todas as empresas (100%) publicam online informação sobre a natureza e finalidade das suas atividades. A maioria das páginas web (91,67%) proporciona um motor de busca interno e, na mesma proporção, uma caixa de correio do cidadão ou uma secção para reclamações e sugestões. A divulgação de aspetos ligados à área social e as informações sobre participação paritária no recrutamento, formação e progressão na carreira, estão presentes em 83,33% da informação disponibilizada online. Cerca de metade das empresas divulgam informação sobre a oferta de emprego (54,17%), ações de envolvimento com a comunidade sobre Responsabilidade Social (62,50%), medidas de conciliação trabalho / família (54,17%), medidas encorajadoras da participação dos trabalhadores em atividades de Responsabilidade Social (54,17%) e sobre a obtenção de prémios ou distinções na área da Responsabilidade Social (50%). Apenas 41,67% das páginas web permitem realizar procedimentos administrativos ou adquirir serviços online e 33,33% das empresas divulgam online informação sobre os seus fornecedores.

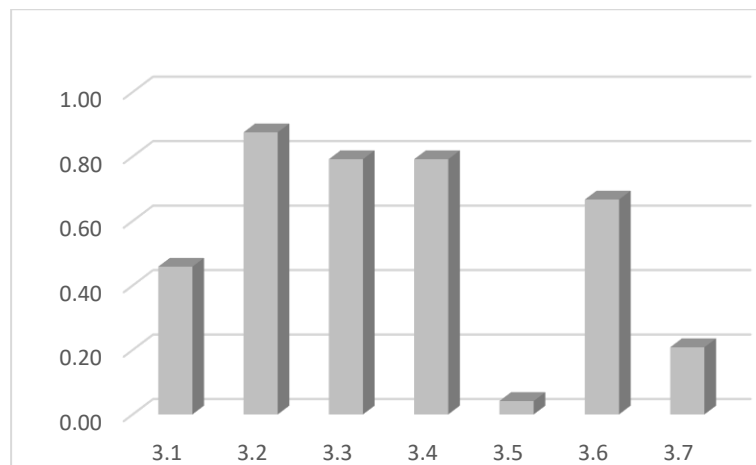
Figura 5 - Eixo 2: Informação Social



Fonte: Elaborado pelo autor

Analisando o eixo 3 – Informação sobre Contratação de serviços e obras públicas, verificamos que 87,5% das empresas publicam online os concursos de aquisição de bens e serviços, assim como 79,17% das empresas divulgam as entidades concorrentes e os contratos assinados, ainda que em plataformas eletrónicas de contratação. O número de contratos adjudicados por fornecedor é divulgado online por 66,67% das empresas e 45,83% divulgam os bens ou serviços adquiridos sem concurso. Os relatórios de auditoria são publicados por 20,83% das empresas. Apenas 4,17% publica relatórios de seguimento ou avaliação de desempenho dos seus fornecedores.

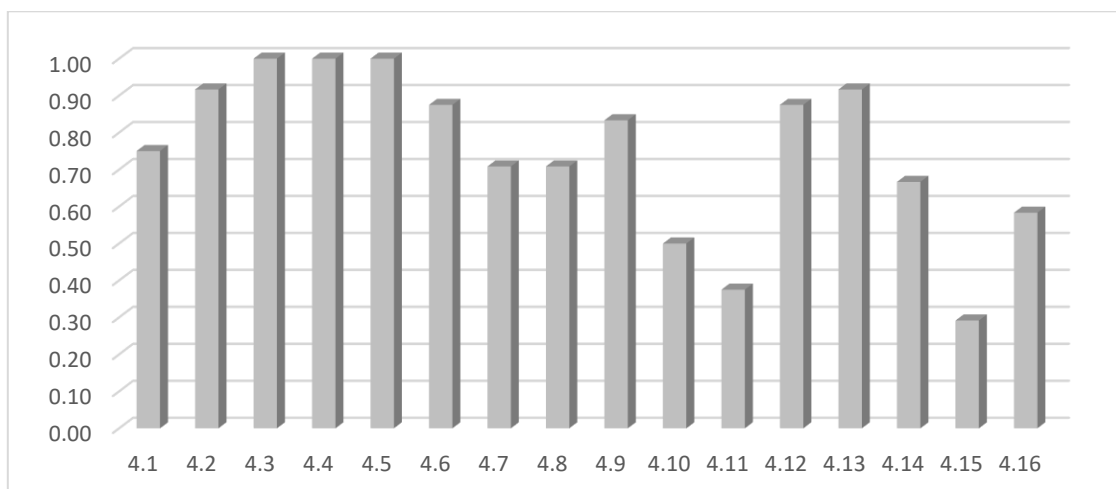
Figura 6 - Eixo 3: Contratação de serviços e obras públicas



Fonte: Elaborado pelo autor

No eixo 4 – Informação Económica o índice de divulgação de cada item mostrou que a esmagadora maioria das empresas publica online informação relevante de carácter económico, sendo que todas (100%) publica relatórios de gestão, demonstração de resultados e mapas de fluxos de caixa; entre 80 e 90% publicam o balanço (91,67%), relatórios sobre a execução orçamental (87,5%) e modificações ao orçamento (83,33%), as dívidas a terceiros (87,5%) e evolução da dívida (91,67%). Os planos de investimento e os planos de investimento plurianual são divulgados por 70,83% das empresas. Metade das empresas publica a lista de dívidas a fornecedores.

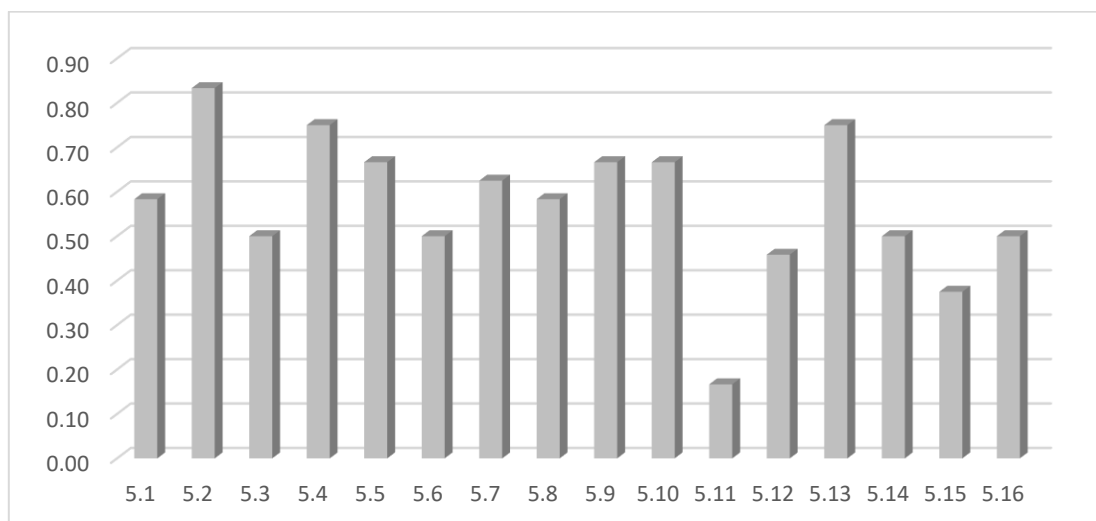
Figura 7 - Eixo 4: Informação económica



Fonte: Elaborado pelo autor

Na vertente ambiental, o cálculo do IDI sobre os indicadores estabelecidos para a análise mostrou uma média pouco superior a 50% na divulgação de informação sobre o ambiente. De facto, verifica-se que metade das empresas (50%) informa online sobre o grau de redução do impacto ambiental, o impacto de medidas anteriores sobre a redução de consumo energético, o seu sistema de gestão ambiental. No entanto, 83,3% das empresas informam sobre as iniciativas realizadas para mitigar os impactos ambientais e 75% divulgam informação sobre políticas ambientais e também sobre ações realizadas para diminuir o consumo de energia. Informação relacionada com temas como as iniciativas para promoção de consumo eficiente de energia, o consumo de água ou o consumo total de energia, é disponibilizada por 66,67% das empresas. Nas páginas web de 62,5% das empresas é disponibilizada informação sobre os gastos e investimentos ambientais. Informação sobre emissões de gases de estufa é disponibilizada por 45,8% das empresas e a obtenção de prémios na vertente ambiental por 37,5%.

Figura 8 - Eixo 5: Informação Ambiental



Fonte: Elaborado pelo autor

O índice de divulgação total de cada empresa (IDE) permite estabelecer um ranking quanto ao grau de divulgação de informação online das empresas. Contudo, dado que a seleção da amostra teve por base um critério de diversidade dos setores de atividade económica das empresas do Setor Empresarial do Estado, ficará fora do âmbito do presente estudo a constituição de ranking de empresas quanto ao grau de divulgação de informação online.

No quadro seguinte são reproduzidos alguns dos resultados obtidos e anteriormente analisados.

Tabela 4 - principais resultados

	% obtida da informação pesquisada (valores arredondados)
Divulgação Global	69
Eixo 1: informação geral	76
Eixo 2: informação social	70
Eixo 3: informação sobre contratação	55
Eixo 4: informação económica	75
Eixo 5: informação ambiental	57
Código de Ética	88
Relatório monitorização conduta ética	63
Prevenção conflito interesses	92
Registo interesses/conflito de interesses	79
Compromissos gestão	83
Prioridades/estratégias sustentabilidade	63
Políticas ambientais	75
Ações p/ poupança de energia	
Sistema de Gestão Ambiental	
Impacto iniciativas p/ poupança energia	50
Grau de redução do impacto ambiental	
Dados sobre poluição ambiental produzida	
Iniciativas de mitigação impacto ambiental	83
Consumo de água / energia	67
Emissão de gases com efeito de estufa	46
Identificação de stakeholders	88
Envolvimento comunidade	63
Promoção sensibilidade ambiental cidadãos	58
Participação paritária	83
Oferta de emprego	54
Conciliação trabalho/família	54
Lista de fornecedores	33
Avaliação de fornecedores	4
Relatórios de auditoria	21

Fonte: Elaborado pelo autor

7. Conclusões

Com o objetivo de contribuir para ampliar a literatura sobre a temática da disponibilização online de informações sobre Responsabilidade Social por parte das empresas do setor empresarial do estado, este trabalho procura obter evidências da divulgação desse tipo de informação através de dados recolhidos ao longo da consulta direta dos sites institucionais dessas empresas (Romano *et al.*, 2014), já que a Internet é cada vez mais um elemento fundamental para difusão de informação (Bonsón, Torres, Royo & Flores, 2012).

Por um lado, a divulgação de informação nesta vertente enquadra-se nos deveres de transparência de gestão (DL nº 133/2013) na prossecução dos objetivos de administração dos dinheiros e bens públicos (Freitas do Amaral, 2015), que as empresas do setor empresarial do estado devem observar. Por outro lado, a divulgação das práticas de Responsabilidade Social pode ser encarada como uma estratégia de diferenciação para as empresas (Conde e Gallardo, 2016).

Embora todas as empresas constituintes da amostra possuam páginas web institucionais, a forma de apresentação da informação relacionada com a Responsabilidade Social encontra-se na maioria dos casos agregada em relatórios, de contas ou de gestão, alguns deles digitalizados em formato imagem e por isso de difícil pesquisa ou até leitura, dada a qualidade da digitalização, fator que diminui o potencial deste meio de comunicação, capaz de satisfazer critérios como a qualidade das informações prestadas pelas empresas sublinhado por Conde e Gallardo-Vásquez (2016). Em virtude da diversidade das partes interessadas, a qualidade da informação divulgada pelas empresas torna-se bastante importante para a sua reputação e para a tomada de decisão pelas partes interessadas (Conde e Gallardo-Vásquez, 2016), fator que a internet pode facilitar enquanto meio de comunicação entre as partes e como fonte de referência para a pesquisa de informações corporativas (Heinze e Hu, 2006; Conway, 2012; cit in Conde e Gallardo-Vásquez, 2016).

Com o propósito de aferir o grau de divulgação de informação online, este estudo assenta na medição das informações disponibilizadas por um conjunto de empresas do setor empresarial do estado, selecionadas segundo os critérios de diversidade de setor de atividade e de proximidade geográfica da sua sede ao distrito de Setúbal, através de índices de divulgação calculados com base em indicadores recolhidos nas páginas web institucionais dessas empresas.

Com base nos resultados obtidos, o índice de divulgação global (IDG) mostra que, globalmente, as empresas divulgam mais de metade informação sobre responsabilidade social pesquisada, num valor de 69% que chega quase aos três quartos da informação esperada, o que será proporcional ao grau de proximidade entre as empresas e os cidadãos (Joseph and Taplin, 2011; Moneva and Martin, 2012; Nevado *et al.*, 2013) proporcionado pela divulgação de informação através das páginas web.

Para este resultado contribuem de forma heterogénea os eixos de informação geral e social (40%), informação económica (14%), informação ambiental (10,5%) e informação sobre contratação pública (4,5%).

Esta heterogeneidade pode ser em parte explicada pelas características das empresas, como o ramo de atividade (Gamerschlag *et al.*, 2011), a dimensão (Mohamad *et al.*, 2011; Briano e Rodriguez, 2012 cit in Conde e Gallardo-Vázquez, 2016), o desempenho (Darmadi, 2010; Eccles *et al.*, 2011 cit in Conde e Gallardo-Vázquez, 2016), em que as empresas potencialmente mais poluentes se esforçam mais por divulgar informação relativa a responsabilidade social, e em que outras em campos como o da prestação de serviços, tendem a divulgar menos informação.

Ainda assim, considera-se que o grau de informação na vertente ambiental é francamente baixo, face à importância e ao relevo desta temática no tempo presente.

Por fim, considera-se que a informação é globalmente existente, mas indireta e difusa, repartida por vários relatórios, o que torna o acesso indireto e penoso para um utilizador / cidadão com menor disponibilidade ou facilidade para pesquisar os vários relatórios e páginas conexas onde a informação se encontra vertida.

As empresas do setor empresarial do estado, na sua esmagadora maioria, cingem-se às linhas orientadoras estabelecidas pela lei vigente (D.L. 133/2013) divulgando informação essencial através de relatórios *triple bottom line*, através dos quais divulgam informações nas vertentes social e ambiental para além da informação económica, segundo padrões internacionais Global Report Initiative.

No entanto, nas páginas web nem sempre os dados estão disponíveis de uma forma prática, que permita uma consulta rápida e direta por parte dos utilizadores comuns acerca de informações relevantes no domínio da responsabilidade social das empresas deste setor. Para isso, seria interessante que o desenho das páginas web permitisse que estas fossem mais para além da função de repositório dos relatórios a que as empresas estão legalmente obrigadas, o que é natural e legítimo, mas que fornecessem também ligações diretas para informações mais sensíveis, como as que são relacionadas com a utilização dos dinheiros

públicos pelas empresas do setor empresarial do estado e outras questões relacionadas com a gestão e a prática das empresas, fazendo evoluir a informação de modo a satisfazer de forma mais global a procura de informação pelas partes interessadas.

8. Limitações do estudo e investigação futura

Os resultados obtidos e as conclusões daí deduzidas estão limitadas ao período em que decorreu o estudo, e à amostra, selecionada através de um critério de diversidade que, embora proporcione uma perceção genérica sobre o grau de divulgação de informação relacionada com a responsabilidade social por parte das empresas do setor empresarial do estado, tem um alcance limitado.

Futuramente será interessante alargar o estudo de forma a perceber-se o grau de divulgação das práticas de responsabilidade social levadas a cabo pelas empresas dos vários ramos de atividade, estabelecendo comparação entre ramos de atividade e também entre setor público e setor privado.

Referências

- Albareda, L., Lozano, J. M. & Ysa, T. (2007). Public policies on corporate social responsibility: The role of governments in Europe. *Journal of Business Ethics*, 74, 391-408. doi:10.1007/s10551-007-9514-1
- Albitar, K. (2015). Firm Characteristics, Governance Attributes and Corporate Voluntary Disclosure: A Study of Jordanian Listed Companies. *International Business Research*, 8. doi:10.5539/ibr.v8n3p1
- Almeida, F. (2010). *Ética, Valores Humanos e Responsabilidade Social das Empresas*. Braga, Portugal: Principia Editora
- Ackerman, R. W., & Bauer, R. A. (1976). *Corporate social responsiveness*. Reston, VA: Reston Publishing
- Alonso, Andoni (2013). Ética en la innovación y el movimiento Open Ethics on Innovation and the Open Movement. *Revista de Filosofía Moral y Política*, 48, 95-110. doi:10.3989/isegoria.2013.048.05
- Andrikopoulos, A. & Krikiani, N. (2013). Environmental disclosure and financial characteristics of the firm: The case of Denmark. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(1), 55–64. doi:10.1002/csr.1281
- Bairral, M. A. da Costa, Silva, A. H. C. & Alves, F. J. S. (2015). Transparência no setor público: uma análise dos relatórios de gestão anuais de entidades públicas federais no ano de 2010. *Revista de Administração Pública*, 49(3), 643-675. doi:10.1590/0034-7612125158
- Banco de Portugal. *Programa de Assistência Económica e Financeira*. Acedido em 13 de maio de 2020 em <https://www.bportugal.pt/page/programa-de-assistencia-economica-e-financeira>
- Branco, C. M. (2013, dezembro 2). Sector público empresarial: o que muda? *Público*. Acedido em <https://www.publico.pt/2013/12/02/economia/opiniao/sector-publico-empresarial-o-que-muda-1614643>
- Bonsón, E. & Bednárová, M. (2015). Prácticas en la presentación de informes sobre RSC de las empresas de la Eurozona. *Revista de Contabilidad*, 18(2), 182-193. doi:10.1016/j.rcsar.2014.06.002

- Bonsón, E., Torres, L., Royo, S. & Flores, F. (2012). Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. *Government Information Quarterly*, 29(2), 123-132. doi:10.1016/j.giq.2011.10.001
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York, NY: Harper & Row.
- Bravo, R., Matute, J. & Pina, J. M. (2012). Corporate social responsibility as a vehicle to reveal the corporate identity: A study focused on the websites of Spanish financial entities. *Journal of Business Ethics*, 107(2), 129–146. doi:10.1007/s10551-011-1027-2.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 498—505. doi: 10.5465/amr.1979.4498296
- Carroll, Archie B. & Brown, Jill A. (2018). Corporate Social Responsibility: A Review of Current Concepts, Research and Issues. In Weber, J. & Wasieleski, D. (Eds.) *Corporate Social Responsibility* (39-69). U.K.: Emerald Publishing Co. doi: 10.1108/S2514-175920180000002002
- Carroll, A. B., Sullivan, S. C. & Markowitz, L. (1995). Understanding the impact of corporate social responsibility (CSR) in the marketplace: A Reputation and Social Performance Assessment Study. *Proceedings of the International Association for Business and Society*, 6, 653-661. doi:10.5840/iabsproc1995658
- Carvalho, L. C., Vázquez, D. G., & Gil, M. T. (2018). Local Municipalities' Involvement in Promoting Entrepreneurship: An Analysis of Web Page Orientation to the Entrepreneurs in Portuguese Municipalities. In Carvalho, L. C. (Ed.), *Handbook of Research on Entrepreneurial Ecosystems and Social Dynamics in a Globalized World* (1-19). IGI Global. <http://doi:10.4018/978-1-5225-3525-6.ch001>
- Cho, C. H., Freedman, M. & Patten, D. M. (2012). Corporate disclosure of environmental capital expenditures: A test of alternative theories". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 25(3), 486-507. doi:10.1108/09513571211209617
- Cho, C.H., Michelon, G., Patten, D.M. & Roberts, R.W. (2015). CSR disclosure: the more things change...? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 28(1), 14-35. doi:10.1108/AAAJ-12-2013-1549
- Comissão Europeia (2011). Comunicação COM (2011) 681 final: Responsabilidade Social das empresas: uma nova estratégia da UE para o período de 2011-2014. Acedido em 13 de junho de 2020 em <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2011/PT/1-2011-681-PT-F1-1.Pdf>

- Conde, M. & Gallardo, D. (2016). A divulgação da responsabilidade social empresarial em Portugal e Espanha: alguns fatores determinantes para a divulgação de 2007 a 2011. In *Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas - XVII Encuentro AECA - Bragança*. Obtido a 13 de junho de 2020 em <http://www.aeca1.org/xviencuentroaeca/comunicaciones/43h.pdf>
- Conselho das Finanças Públicas. *Sector Público Empresarial*. Acedido a 13 de junho de 2020 em <https://www.cfp.pt/pt/glossario/sector-publico-empresarial>
- Davis, K. (1973). The Case for and against Business Assumption of Social Responsibilities. *The Academy of Management Journal*, 16(2), 312-322. Acedido a 13 de junho de 2020 em <http://www.jstor.org/stable/255331>
- Dias, M. O. (2014). Ética, organização e valores ético-morais em contexto organizacional. *Gestão e Desenvolvimento*, 22, 89-113. doi:10.7559/gestaoedesenvolvimento.2014.259
- Direção-Geral da Administração e do Emprego Público. *Princípios éticos da Administração Pública* Acedido a 13 de maio de 2020 em <https://www.dgaep.gov.pt/index.cfm?OBJID=9BB1D4D0-0607-4588-BCAD-894DBC499AFF&MEN=i>
- Direção-Geral das Atividades Económicas. *O que é a Responsabilidade Social Empresarial?* Acedido a 13 de maio de 2020 em <https://www.dgae.gov.pt/servicos/sustentabilidade-empresarial/responsabilidade-social-das-empresas.aspx>
- Direção Geral do Tesouro e Finanças (2018). *Carteira de Participações do Estado*. Acedido a 22 de agosto de 2020 em http://www.dgtf.pt/ResourcesUser/SEE/Documentos/Carteiras_participacoes_Estado/31_12_2018/carteira_global_31_12_2018.pdf
- Direção-Geral do Tesouro e Finanças (2020). *O que é o Sector empresarial do Estado (SEE)?*. Acedido a 22 de agosto de 2020 em <http://www.dgtf.pt/Sector-Empresarial-do-Estado-SEE/O-que-e-o-Sector-Empresarial-do-Estado-SEE->
- Direção Geral do Tesouro e Finanças (2020). *Carteira de Participações do Estado*. Acedido a 31 de dezembro de 2020 em <http://www.dgtf.pt/sector-empresarial-do-estado-see/carteira-de-participacoes-do-estado>

European Commission. *Corporate social responsibility & Responsible business conduct*.

Acedido a 13 de maio de 2020 em

https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility_en

Freitas do Amaral, Diogo (2015). *Curso de Direito Administrativo - Volume I*. Lisboa, Portugal: Edições Almedina

Fink, L. (2019). Larry Fink's 2019 letter to CEOs: Purpose & Profit. In *Black Rock Global Site Directory*. Acedido a 19 de abril de 2020 em

<https://www.blackrock.com/corporate/investor-relations/2019-larry-fink-ceo-letter>

Fisher, C., Lovell, A. & Valero-Silva, N. (2013). *Business Ethics and Values (4th ed.)*. UK: Pearson Education Limited.

Frederick, W. C. (1978). From CSR1 to CSR2: The maturing of business-and-society thought. *Business & Society*, 33(2), 150-164. Acedido em 13 de junho de 2020 em

<https://williamcfrederick.com/articles%20archive/FromCSRtoCSR.pdf>

Friedman, M. (1970, September 13). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*. Acedido em

<https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html>

Gamerschlag, R., Möller, K., & Verbeeten, F. (2011). Determinants of voluntary CSR disclosure: empirical evidence from Germany. *Review of Managerial Science*, 5(2), 233-262. doi:10.1007/s11846-010-0052-3

Hosmer, LaRue Tone (2000). It's Time for Empirical Research in Business Ethics. *Business Ethics Quarterly*, 10 (1), 233-242. doi: 10.2307/3857709

Instituto Português de Corporate Governance. *Sector Público Empresarial*. Acedido a 22 de Agosto de 2020 em <https://cgov.pt/o-ipcg/44-codigos/legislacao-nacional/835-sector-publico-empresarial>

Jamali, D., & Mirshak, R. (2007). Corporate Social Responsibility (CSR): Theory and Practice in a Developing Country Context. *Journal of Business Ethics*, 72(3), 243-260. doi:10.1007/s10551-006-9168-4

Joseph, C., & Taplin, R. (2011). The measurement of sustainability disclosure: Abundance versus occurrence. *Accounting Forum*, 35(1), 19–31.

doi:10.1016/j.accfor.2010.11.002

- Kuo, L., Yeh, C. C., & Yu, H. C. (2012). Disclosure of corporate social responsibility and environmental management: Evidence from China. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(5), 273–287. doi:10.1002/csr.274
- Lange, D., & N. Washburn (2012). Understanding attributions of corporate social irresponsibility. *Academy of Management Review*, 37(2), 300-326. doi: 10.5465/amr.2010.0522
- Larrinaga, G. C. & Pérez, C. V. (2008). Sustainability accounting and accountability in public water companies. *Public Money and Management*, 28(6), 337–343. doi:10.1111/j.1467-9302.2008.00667.x
- Levitt, Theodore (1958). The dangers of social responsibility. *Harvard Business Review*, 36(5), 41-50.
- Matten. Dirk & Moon, Jeremy (2008). “Implicit” and “explicit” CSR: A Conceptual Framework for a Comparative Understanding of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, 33(2), 404-424. doi:10.5465/AMR.2008.31193458
- Moneva, J. & Martin, E. (2012). Universidad y Desarrollo sostenible: Análisis de la rendición de cuentas de las universidades públicas desde un enfoque de responsabilidad social. *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*, 10(19), 1–18. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6645779>
- Moon, J. (2014). *Corporate social responsibility: A very short introduction*. Oxford, UK: Oxford University Pres.
- Nevado-Gil, M., Gallardo-Vázquez, D. & Sánchez, H. M. I. (2013). La administración local y su implicación en la creación de una cultura socialmente responsable. *Prisma Social: revista de ciencias sociales*, 10, 64-118. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4694806.pdf>
- Nevado-Gil, M. & Gallardo-Vázquez, Dolores (2016). Información sobre Responsabilidad Social contenida en las páginas webs de los ayuntamientos. Estudio en la región del Alentejo. *Revista española de Documentación Científica*, 39(4). doi:10.3989/redc.2016.4.1353
- NP 4469-1:2019 – Sistema de Gestão da Responsabilidade Social. Lisboa, Portugal: Instituto Português da Qualidade
- Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Portal das Nações Unidas - Centro Regional de Informação para a Europa Ocidental. <https://unric.org/pt/objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel>

- Passos, C. (2017). A ética – como motor da inovação empresarial e da sustentabilidade organizacional. *Gestão e Desenvolvimento*, 25, 55-73. doi:10.7559/gestaoedesenvolvimento.2017.346
- Pommer, E. & Van Houwelingen, P. (2016). Public administration in Europe. *Zarządzanie Publiczne*, 36(2), 34-53. doi:10.15678/ZP.2016.36.2.02.
- Portal Autárquico (2020). *Atividade Empresarial Local*. Acedido a 7 de novembro de 2020 em <http://www.portalautarquico.dgal.gov.pt/pt-PT/administracao-local/entidades-autarquicas/atividade-empresarial-local/>
- Prasad, A. (2014, august 11). India's new CSR law sparks debate among NGOs and business. *The Guardian*. Acedido em <https://www.theguardian.com/sustainable-business/india-csr-law-debate-business-ngo>
- Procuradoria-Geral Distrital de Lisboa. *Decreto Lei n.º 133/2013 de 03 de outubro*. Acedido a 1 de julho de 2020 em http://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?nid=1992&tabela=leis&ficha=1&pagina=1
- Ribeiro, V., Moura, A. & Monteiro, S. (2018). Divulgação de Informação na Internet sobre Responsabilidade Social – Evidência Empírica nos Municípios Portugueses. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 7(2), 185-209. doi:10.5585/geas.v7i2.373
- Rodríguez, L., Gallego, I. & García, I. M. (2010). Determinantes de la divulgación voluntaria de información estratégica en internet: Un estudio de las empresas cotizadas. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(1), 9–26. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3118354.pdf>
- Romano, G., Salvati, N. & Guerrini, A. (2014). Factors Affecting Water Utility Companies' Decision to Promote the Reduction of Household Water Consumption. *Water resources management*, 28, 5491-5505. doi:10.1007/s11269-014-0818-5
- Schwartz, M. S. (2011). *Corporate social responsibility: An ethical approach*. Peterborough, Canada: Broadview Press
- Steurer, R. (2010). The role of governments in corporate social responsibility: Characterising public policies on CSR in Europe. *Policy Sciences*, 43(1), 49-72. doi:10.1007/s11077-009-9084-4
- Swiatkiewicz, Olgierd (2008). Dimensão ética da conduta das empresas e dos trabalhadores: Factos empíricos de um estudo exploratório realizado em Portugal. *Comportamento Organizacional e Gestão*, 14(2), 281-297. Acedido a 1 de novembro de 2020 em

http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0872-96622008000200010&lng=pt&tlng=pt.

Tench, R., Sun, W., & Jones, B. (2012). Corporate social irresponsibility: A challenging concept. In Tench, R., Sun, W. and Jones, B. (Eds.) *Critical Studies on Corporate Responsibility, Governance and Sustainability*, 4. Bingley, UK: Emerald Group Publishing

Unidade Técnica de Acompanhamento e Monitorização do Setor Público Empresarial.

Acedido a 1 de agosto de 2020 em <http://www.utam.pt/>

Van Houwelingen, P. (2018). Local autonomy, municipal size and local political participation in Europe. *Policy Studies*, 39(2), 188-203. doi:10.1080/01442872.2018.1451500

Wartick, S., & Cochran, P. (1985). The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *The Academy of Management Review*, 10(4), 758-769. Acedido a 1 de junho de 2020 em <http://www.jstor.org/stable/258044>

Williams, B. R. (2011). GRI Reporting Guidelines in the Local Government Sector - Are they being utilized? *School of Accounting and Corporate Governance, University of Tasmania, Australia*. Obtido a 01 de julho de 2020 em https://www.academia.edu/33037264/Gri_Reporting_Guidelines_in_the_Local_Government_Sector_Are_They_Being_Utilized

Apêndices

Apêndice I – Índices de divulgação das Empresas por eixo - IDX e Índice de Divulgação Total - IDT	II
Apêndice II – Índice de Divulgação por Item - IDI	III
Apêndice III – Índice de Divulgação por Eixo	VI
Apêndice IV – Índice de Divulgação Global - IDG	VII

**Apêndice I – Índices de Divulgação por Empresa - IDE
e de Divulgação por Eixo – IDX**

Empresa	IDX Inf. Geral	IDX Inf. Social	IDX Inf. Contr.	IDX Inf. Econ.	IDX Inf. Amb.	IDE
AdP - Águas de Portugal	87,50	75,00	71,43	87,50	93,75	83,91
Agência de Gestão Tesouraria e Dívida Pública - IGCP	75,00	54,17	71,43	75,00	18,75	58,62
Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal	91,67	62,50	28,57	81,25	0,00	59,77
Águas de Santo André	91,67	79,17	71,43	56,25	93,75	80,46
ANI - Agência Nacional de Inovação	75,00	62,50	71,43	75,00	25,00	62,07
APS - Administração dos Portos de Sines e do Algarve	95,83	62,50	71,43	81,25	93,75	81,61
APSS-Administração dos Portos de Setúbal e Sesimbra	75,00	79,17	57,14	68,75	93,75	77,01
Baía do Tejo	41,67	33,33	14,29	75,00	37,50	42,53
Caixa Geral de Depósitos	95,83	95,83	85,71	87,50	100,00	94,25
Centro Hospitalar Barreiro Montijo	87,50	83,33	0,00	93,75	0,00	64,37
Comboios de Portugal	91,67	95,83	71,43	81,25	100,00	90,80
Docapesca - Portos e Lotas	79,17	75,00	57,14	56,25	81,25	72,41
ECOSAÚDE	29,17	20,83	42,86	37,50	0,00	24,14
ENATUR - Empresa Nacional de Turismo	50,00	20,83	57,14	68,75	12,50	39,08
Hospital Garcia de Orta	83,33	83,33	57,14	87,50	56,25	77,01
Imprensa Nacional-Casa da Moeda	83,33	83,33	57,14	87,50	93,75	83,91
Infraestruturas de Portugal	95,83	100,00	71,43	93,75	100,00	95,40
Parque Escolar	54,17	50,00	57,14	50,00	25,00	47,13
PME Investimentos - Sociedade de Investimento	45,83	41,67	57,14	81,25	43,75	51,72
Rádio e Televisão de Portugal	95,83	91,67	57,14	93,75	93,75	90,80
SIMARSUL - Saneamento da Península de Setúbal	66,67	62,50	57,14	68,75	93,75	70,11
SOFLUSA / TRANSTEJO	70,83	75,00	71,43	62,50	37,50	64,37
Teatro Nacional D. Maria II	87,50	79,17	42,86	81,25	12,50	66,67
Unidade Local de Saúde do Litoral Alentejano	79,17	79,17	14,29	68,75	62,50	68,97

Apêndice II – Índice de Divulgação por Item - IDI

EIXO 1: INFORMAÇÃO GERAL		IDI
1.1	Identifica-se uma área na página web dedicada apenas à RS	79,17
1.2	Existe a indicação do responsável pela área da sustentabilidade	95,83
1.3	Divulgam-se as prioridades e estratégias a serem alcançadas em termos de sustentabilidade	62,50
1.4	Divulga informação sobre eventos, conquistas e fracassos registados pela empresa neste domínio	79,17
1.5	Os dados biográficos do presidente e dos membros do executivo estão publicados	95,83
1.6	Os endereços de e-mail do presidente e dos membros do executivo estão publicados	4,17
1.7	Os salários do presidente e dos membros do executivo estão publicados	79,17
1.8	Publica-se o regulamento de prevenção de conflitos de interesses, prevenção de riscos de corrupção e infrações conexas	91,67
1.9	O registo de interesses ou de conflitos de interesses do presidente e dos membros do executivo está publicado	79,17
1.10	Publicam-se as despesas de representação dos órgãos da administração	95,83
1.11	Publicam-se as listas dos membros dos órgãos sociais	79,17
1.12	Publicam-se os relatórios dos gabinetes técnicos da empresa	95,83
1.13	Publica-se informação sobre os processos de seleção de pessoal	66,67
1.14	Os contratos de prestação de serviço são divulgados em plataformas eletrónicas de contratação	70,83
1.15	Publicam-se informações sobre os diferentes órgãos do executivo, direções e suas funções	79,17
1.16	Publica-se o código de ética ou boa governança da empresa	87,50
1.17	Publicam-se relatórios de monitorização da aplicação da conduta ética	62,50
1.18	Publica-se o calendário de reuniões dos órgãos sociais ou das direções gerais	58,33
1.19	Identificação da pessoa ou órgão responsável	75,00
1.20	Publica-se o programa de governação	79,17
1.21	Identificam-se os compromissos de gestão assumidos pela administração	83,33
1.22	Publica-se informação de adesão a iniciativas socioambientais, como Agenda 21, Agenda 2030 das UN, UN Global Compact Network	70,83
1.23	São identificadas as partes interessadas e a sua relação com a empresa	87,50
1.24	Divulga-se a realização de reuniões, workshops, conferências, mesas redondas, ou outras, com as partes interessadas?	70,83
EIXO 2: INFORMAÇÃO SOCIAL		IDI
2.1	Existe um mapa da própria página web da empresa	79,17
2.2	Existe um motor de busca interno dentro da página	91,67
2.3	Existem links para redes sociais	79,17
2.4	Existe um sistema de informação do estado atualizado dos serviços prestados (horários, mapas, estado dos meios disponibilizados)	75,00
2.5	Existe na página Web a possibilidade de realizar procedimentos administrativos, autorizações ou licenças (on-line) ou adquirir serviços	41,67
2.6	Existem informações sobre os fornecedores da empresa (endereços de e-mail, contacto, outros)	33,33
2.7	Publicam-se as condições (os horários, preços, etc.) dos serviços prestados	70,83
2.8	Existe uma caixa de correio de cidadão ou uma seção para reclamações e sugestões	91,67
2.9	São divulgadas informações sobre os cursos de formação pessoal	54,17

2.10	São publicadas notícias e destaques	95,83
2.11	Existe uma área de apoio ao Cliente / Fornecedor / Investidor	75,00
2.12	Publicam-se as ofertas de emprego publico	54,17
2.13	Existe espaço participativo, de recolha de opinião	70,83
2.14	São divulgadas informações sobre aspetos ligados à área social	83,33
2.15	São publicadas as ajudas e subvenções concedidas	66,67
2.16	Existem informações sobre a obtenção de prémios ou distinções de Responsabilidade Social	50,00
2.17	São divulgadas informações sobre ações de envolvimento com a comunidade sobre Responsabilidade Social	62,50
2.18	São divulgadas informações sobre parcerias com outras entidades, ONG, sociedade civil	62,50
2.19	Existem canais de participação, como fóruns ou serviços de chat, através de formulários, reclamações/elogios/sugestões	75,00
2.20	Publicam-se notícias e comunicados sobre as atividades da empresa, sua natureza e finalidade	100,00
2.21	canal para comunicação de conduta não ética (comunicação de irregularidades)	75,00
2.22	informação sobre medidas de conciliação trabalho / família	54,17
2.23	informação sobre medidas encorajadoras da participação dos trabalhadores em atividades de Responsabilidade Social	54,17
2.24	informação sobre participação paritária no recrutamento, formação, progressão na carreira, quadros dirigentes	83,33
EIXO 3: INFORMAÇÃO SOBRE CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS E OBRAS PÚBLICAS		IDI
3.1	São publicados os bens e serviços adquiridos sem concurso (por ajuste direto ou outros procedimentos), fornecedores e valores que justifiquem essa modalidade.	45,83
3.2	São publicados os concursos de bens e serviços em curso	87,50
3.3	São publicados os licitantes e entidades concorrentes	79,17
3.4	São publicados os contratos assinados	79,17
3.5	São publicados os relatórios de seguimento e / ou avaliação de desempenho do fornecedor / prestador de serviços / contratado.	4,17
3.6	São publicados o número de contratos adjudicados por cada fornecedor	66,67
3.7	São publicados relatórios de auditoria	20,83
EIXO 4: INFORMAÇÃO ECONÓMICA		IDI
4.1	É divulgado o orçamento da empresa	75,00
4.2	São publicados o balanço ou o balanço consolidado	91,67
4.3	São publicadas as demonstrações de resultados individuais ou consolidadas.	100,00
4.4	São publicados os relatórios de gestão	100,00
4.5	São publicados os mapas de fluxo de caixa	100,00
4.6	São publicados os relatórios periódicos sobre a execução do orçamento	87,50
4.7	É publicada a execução anual do Plano de Investimento Plurianual	70,83
4.8	São publicados planos anuais de investimento	70,83
4.9	Relatórios sobre modificações orçamentais	83,33
4.10	São publicadas a lista de dívidas a fornecedores	50,00
4.11	São publicadas as listas de empréstimos a bancos e seus respetivos vencimentos	37,50
4.12	São publicadas as dívidas / outras dívidas a terceiros	87,50
4.13	São fornecidas informações sobre a evolução da dívida	91,67
4.14	São publicados subsídios recebidos e atribuídos	66,67
4.15	São publicadas receitas fiscais por serviços fornecidos pela empresa	29,17
4.16	São publicadas as listas com o valor dos serviços fornecidos pela empresa	58,33
EIXO 5: INFORMAÇÃO AMBIENTAL		IDI
5.1	Atualização sobre a situação ambiental	58,33
5.2	Divulgação de iniciativas realizadas para mitigar os impactos ambientais	83,33
5.3	Publicam-se informações sobre o grau de redução do impacto ambiental	50,00

5.4	Divulgação das ações realizadas para aumentar a economia de energia	75,00
5.5	Informações sobre iniciativas para promover o consumo eficiente de energia	66,67
5.6	Informações sobre o impacto das iniciativas anteriores na poupança de energia	50,00
5.7	Informações sobre o total de gastos e investimentos ambientais	62,50
5.8	Ações p/ promover sensibilidade ambiental dos cidadãos	58,33
5.9	Informação sobre o consumo de energia	66,67
5.10	Informação sobre o consumo total de água	66,67
5.11	Informação sobre sanções e incumprimento da legislação ambiental	16,67
5.12	Informação sobre as emissões totais de gases com efeito de estufa	45,83
5.13	São divulgadas informações sobre políticas ambientais	75,00
5.14	São divulgadas informações sobre o sistema de gestão ambiental	50,00
5.15	Existem informações sobre a obtenção de prémios no nível ambiental	37,50
5.16	Existem informações sobre poluição ambiental (do ar, acústica, marítima)	50,00

Apêndice III – Índice de Divulgação por Eixo – IDD

EIXO	IDD
1: INFORMAÇÃO GERAL	76,22
2: INFORMAÇÃO SOCIAL	69,97
3: INFORMAÇÃO SOBRE CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS E OBRAS PÚBLICAS	54,76
4: INFORMAÇÃO ECONÓMICA	75,00
5: INFORMAÇÃO AMBIENTAL	57,03

Apêndice IV – Índice de Divulgação Global - IDG

$$\begin{aligned} \text{IDG}_i &= \sum_{i=1}^D (\text{IDD}_i \times \gamma) = \\ &= (21,02 \times 0,27 + 19,30 \times 0,27 + 4,41 \times 0,8 + 13,79 \times 0,18 + 10,49 \times 0,18) = \\ &= 69,01 \end{aligned}$$

Anexos

Anexo I – Carteira de participações do estado **Erro! Marcador não definido.**

Anexo II – Indicadores de Divulgação de Responsabilidade Social **Erro! Marcador não definido.**

Anexo III – dados recolhidos por eixo / indicador de divulgação de informação **Erro! Marcador não definido.**

Anexo I – Carteira de participações do estado



Participações do Estado em 31-12-2020 Carteira Global

Unid: €

Empresa	31-12-2020				
	Capital Social/Estatutário	Participação do Estado /DGTF			
		Titulos	Val. Nominal unitário	Val. Nominal	%
1. Empresas Públicas não Financeiras	29 174 738 981,69			25 473 584 360,34	
1.1. Comunicação Social	1 438 097 565,00			1 435 443 340,00	
Lusa - Agência de Notícias de Portugal, SA	5 324 225,00	1 068 000	2,50	2 670 000,00	50,15
RTP - Rádio e Televisão de Portugal, SA	1 432 773 340,00	286 554 668	5,00	1 432 773 340,00	100,00
1.2. Cultura	10 935 890,50			9 310 890,50	
OPART - Organismo de Produção Artística, EPE	4 935 890,50			4 935 890,50	100,00
Parques de Sintra - Monte da Lua, SA	2 500 000,00	87 500	10,00	875 000,00	35,00
Teatro Nacional D. Maria II, EPE	1 000 000,00			1 000 000,00	100,00
Teatro Nacional S. João, EPE	2 500 000,00			2 500 000,00	100,00
1.3. Gestão de Infra-estruturas	9 822 348 411,82			9 822 344 198,62	
1.3.1. Infra-estruturas Aéreas	25 000 000,00			25 000 000,00	
Navegação Aérea de Portugal - NAV Portugal, EPE	25 000 000,00			25 000 000,00	100,00
1.3.2. Infra-estruturas Ferroviárias e Rodoviárias	8 257 530 000,00			8 257 530 000,00	
Infraestruturas de Portugal, SA	8 257 530 000,00	1 651 506	5 000,00	8 257 530 000,00	100,00
1.3.3. Infra-estruturas Portuárias	236 135 000,00			236 135 000,00	
APA - Administração do Porto Aveiro, SA	30 000 000,00	6 000 000	5,00	30 000 000,00	100,00
APDL - Administração dos Portos do Douro, Leixões e Viana do Castelo, SA	51 035 000,00	10 207 000	5,00	51 035 000,00	100,00
APL - Administração do Porto de Lisboa, SA	60 000 000,00	12 000 000	5,00	60 000 000,00	100,00
APS - Administração do Porto de Sines e do Algarve, SA	80 000 000,00	16 000 000	5,00	80 000 000,00	100,00
APSS - Administração dos Portos de Setúbal e Sesimbra, SA	15 100 000,00	3 020 000	5,00	15 100 000,00	100,00
1.3.4. Outras Infra-estruturas	1 303 683 411,82			1 303 679 198,62	
Docapesca - Portos e Lotas, SA	8 528 400,00	1 705 680	5,00	8 528 400,00	100,00
EDIA - Empresa Desenv. Infra-estruturas Alqueva, SA	860 334 960,00	172 066 992	5,00	860 334 960,00	100,00
Marina do Parque das Nações - Soc. Concessionária da Marina do Parque das Nações, SA	984 052,32	16 330 652	0,06	979 839,12	99,57
Parque Escolar, EPE	433 835 999,50			433 835 999,50	100,00
1.4. Requalificação Urbana	15 000 000,00			9 000 000,00	
VianaPolis - Sociedade Desenvolvimento Programa Polis Viana do Castelo, SA	15 000 000,00	9 000	1 000,00	9 000 000,00	60,00

(Cont.)

Participações do Estado em 31-12-2020
Carteira Global

Unid: €

Empresa	31-12-2020				
	Capital Social/Estatutário	Participação do Estado /DGTf			
		Titulos	Val. Nominal unitário	Val. Nominal	%
1.5. Saúde	3 340 926 000,00			3 340 926 000,00	
Centro Hospitalar Barreiro Montijo, EPE	EPR	105 180 000,00		105 180 000,00	100,00
Centro Hospitalar de Entre o Douro e Vouga, EPE	EPR	32 740 000,00		32 740 000,00	100,00
Centro Hospitalar de Leiria, EPE	EPR	36 220 000,00		36 220 000,00	100,00
Centro Hospitalar de Lisboa Ocidental, EPE	EPR	156 100 000,00		156 100 000,00	100,00
Centro Hospitalar de Setúbal, EPE	EPR	228 500 000,00		228 500 000,00	100,00
Centro Hospitalar de Trás-os-Montes e Alto Douro, EPE	EPR	69 100 000,00		69 100 000,00	100,00
Centro Hospitalar de Vila Nova de Gaia/Espinho, EPE	EPR	80 400 000,00		80 400 000,00	100,00
Centro Hospitalar do Baixo Vouga, EPE	EPR	106 000 000,00		106 000 000,00	100,00
Centro Hospitalar do Médio Ave, EPE	EPR	46 800 000,00		46 800 000,00	100,00
Centro Hospitalar do Médio Tejo, EPE	EPR	95 100 000,00		95 100 000,00	100,00
Centro Hospitalar do Oeste, EPE	EPR	7 000 000,00		7 000 000,00	100,00
Centro Hospitalar do Tâmega e Sousa, EPE	EPR	63 750 000,00		63 750 000,00	100,00
Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra, EPE	EPR	138 550 000,00		138 550 000,00	100,00
Centro Hospitalar Póvoa de Varzim/Vila do Conde, EPE	EPR	34 900 000,00		34 900 000,00	100,00
Centro Hospitalar Tondela/Viseu, EPE	EPR	46 540 000,00		46 540 000,00	100,00
Centro Hospitalar Universitário Cova da Beira, EPE	EPR	56 300 000,00		56 300 000,00	100,00
Centro Hospitalar Universitário de Lisboa Norte, EPE	EPR	312 440 000,00		312 440 000,00	100,00
Centro Hospitalar Universitário de São João, EPE	EPR	152 500 000,00		152 500 000,00	100,00
Centro Hospitalar Universitário do Algarve, EPE	EPR	158 000 000,00		158 000 000,00	100,00
Centro Hospitalar Universitário do Porto, EPE	EPR	169 866 000,00		169 866 000,00	100,00
Centro Hospitalar Universitário Lisboa Central, EPE	EPR	259 160 000,00		259 160 000,00	100,00
Hospital da Senhora da Oliveira Guimarães, EPE	EPR	72 700 000,00		72 700 000,00	100,00
Hospital de Braga, EPE	EPR	4 000 000,00		4 000 000,00	100,00
Hospital de Magalhães Lemos, EPE	EPR	20 050 000,00		20 050 000,00	100,00
Hospital Distrital da Figueira da Foz, EPE	EPR	29 100 000,00		29 100 000,00	100,00
Hospital Distrital de Santarém, EPE	EPR	69 470 000,00		69 470 000,00	100,00
Hospital do Espírito Santo de Évora, EPE	EPR	40 280 000,00		40 280 000,00	100,00
Hospital Garcia da Orta, EPE	EPR	140 780 000,00		140 780 000,00	100,00
Hospital Professor Doutor Fernando Fonseca, EPE	EPR	44 200 000,00		44 200 000,00	100,00
Hospital Santa Maria Maior, EPE	EPR	25 000 000,00		25 000 000,00	100,00
IPO - Coimbra, EPE	EPR	27 000 000,00		27 000 000,00	100,00
IPO - Lisboa, EPE	EPR	66 900 000,00		66 900 000,00	100,00
IPO - Porto, EPE	EPR	52 000 000,00		52 000 000,00	100,00
Unidade Local de Saúde da Guarda, EPE	EPR	40 220 000,00		40 220 000,00	100,00
Unidade Local de Saúde de Castelo Branco, EPE	EPR	16 200 000,00		16 200 000,00	100,00
Unidade Local de Saúde de Matosinhos, EPE	EPR	50 200 000,00		50 200 000,00	100,00
Unidade Local de Saúde do Alto Minho, EPE	EPR	69 320 000,00		69 320 000,00	100,00
Unidade Local de Saúde do Baixo Alentejo, EPE	EPR	88 400 000,00		88 400 000,00	100,00
Unidade Local de Saúde do Litoral Alentejano, EPE	EPR	20 100 000,00		20 100 000,00	100,00
Unidade Local de Saúde do Nordeste, EPE	EPR	73 940 000,00		73 940 000,00	100,00
Unidade Local de Saúde do Norte Alentejano, EPE	EPR	35 920 000,00		35 920 000,00	100,00

(Cont.)

Empresa	31-12-2020				
	Capital Social/Estatutário	Participação do Estado /DGTF			
		Titulos	Val. Nominal unitário	Val. Nominal	%
1.6. Transportes	7 927 168 978,05			7 910 538 728,05	
CP - Comboios de Portugal, EPE	EPR	3 959 489 351,01		3 959 489 351,01	100,00
Metro do Mondego, SA	EPR	1 075 000,00	569 750	569 750,00	53,00
Metro do Porto, SA	EPR	7 500 000,00	600 000	3 000 000,00	40,00
Metro - Metropolitano de Lisboa, EPE	EPR	3 413 968 982,04		3 413 968 982,04	100,00
Sociedade Transportes Colectivos do Porto, SA		322 060 560,00	64 416 112	322 060 560,00	100,00
TAP - Transportes Aéreos Portugueses, SGPS, SA		15 000 000,00	337 500	3 375 000,00	22,50
TRANSTEJO - Transportes Tejo, SA	EPR	208 025 085,00	41 605 017	208 025 085,00	100,00
1.7. Parpública	2 000 000 000,00			2 000 000 000,00	
Parpública - Participações Públicas, SGPS, SA	EPR	2 000 000 000,00	400 000 000	2 000 000 000,00	100,00
1.8. Comunicações	1 614 500,00			1 614 500,00	
SIRESP - Gestão de Redes Digitais de Segurança e Emergência, SA	EPR	1 614 500,00	50 000	1 614 500,00	100,00
1.9. Defesa	107 367 789,10			104 509 266,40	
Fundirio, SA		2 867 789,10	2 808	9 268,40	0,32
IdD - Portugal Defence, SA (ex-Plataforma das Indústrias de Defesa Nacionais, SA	EPR	104 500 000,00	20 900 000	104 500 000,00	100,00
1.10. Outros Setores	4 511 279 847,22			839 897 436,77	
Agência de Gestão da Tesouraria e da Dívida Pública - IGCP, EPE	EPR	50 000,00		50 000,00	100,00
AICEP - Agência para Investimento Comércio Externo de Portugal, EPE	EPR	114 927 979,87		114 927 979,87	100,00
Almonda, SA		20 000 000,00	7 697	38 485,00	0,19
BRISA - Autoestradas de Portugal, SA		6 000 000,00	87	0,87	0,00
ClimaEspaço - Sociedade de Produção e Distribuição Urbana de Energia Térmica, SA		8 208 550,00	86 088	298 718,42	3,64
CNEMA - Centro Nacion. Expos. Mercados Agrícolas, SA		3 300 000,00	6 000	30 000,00	0,91
Companhia das Minas de Ouro de Penedono, SA		299 278,74	15 000	74 819,88	25,00
Cooperativa Cultural Recreativa Gafanha da Nazaré, CRL		2 500,00	1	5,00	0,20
D. Pedro - Investimentos Turísticos, SA		15 000 000,00	39	195,00	0,00
EDM - Empresa de Desenvolvimento Mineiro, SGPS, SA		30 000 000,00	6 000 000	30 000 000,00	100,00
ENSE - Entidade Nacional para o Setor Energético, EPE	EPR	250 000,00		250 000,00	100,00
FCR Portugal Ventures Grandes Projectos de Investimento		41 671 504,09	121,368	30 118,72	3,655
FCR Portugal Ventures Grow and Expand (ex-FCR Portugal Global Ventures I)		29 746 868,28	285 768,637	2 510 384,15	8,450
FCR Portugal Ventures Valor 2		88 527 127,88	2 095	3 914,69	8 200 913,87
Fosfoeira Portuguesa, SA		816 000,00	10	4,99	49,90
FRME - Fundo p ^a . Revit. Modern. Tecido Emp., SGPS, SA	EPR	72 305 149,90	9 413 138	48 971 558,62	64,96
Fundo de Apoio Municipal - FAM	EPR	580 357 142,00	290 178 571	290 178 571,00	50,00
Fundo de Fundos para a Internacionalização	EPR	100 000 000,00		100 000 000,00	100,00
Fundo de Reabilitação e Conservação Patrimonial	EPR	10 000 000,00		10 000 000,00	100,00
Fundo de Recuperação - FCR		756 984 000,00	48 823	1 000,00	48 823 000,00
Fundo de Salvaguarda do Património Cultural	EPR	5 000 000,00		4 000 000,00	80,00
Fundo Jesaica		130 000 000,00	30 000 000	1,00	30 000 000,00
Fundo Portuguesa de Apoio ao Investimento em Moçambique		93 670 000,00	93 670	1 000,00	93 670 000,00
Fundo Revive Natureza	EPR	9 894 500,00	43 487	98,95	4 302 800,00
ImoAveiro (subfundo do Fundo Nacional de Reabilitação do Edifício)	EPR	507 928,57	355 550	1,00	355 550,00
Imobiliária Construtora Grão-Pará, SA		12 500 000,00	23	5,00	115,00
ImoResidências (subfundo do Fundo Nacional de Reabilitação do Edifício)	EPR	20 742 857,00	14 520 000	1,00	14 520 000,00
Intercement Portugal, SA (Ex-CIMPOR)		672 000 000,00	220	1,00	220,00
Matadouro Regional do Basso e Alto Tâmega, SA		465 000,00	7 290	5,00	38 450,00
Matur - Sociedade de Empreendimentos Turísticos da Madeira, SA		2 918 970,00	4	5,00	20,00
MOBIE, SA	EPR	50 000,00	50 000	1,00	50 000,00
Norvalor - Investimentos e Gestão de Valores, SA		2 750 000,00	5	5,00	25,00
Parquiverca - Cooperativa Abastecimento Alimentar, SCARL		n.d.	10	4,99	49,88
Parups, SA	EPR	50 000,00	10 000	5,00	50 000,00
Parvaloren, SA	EPR	50 000,00	10 000	5,00	50 000,00
Portugal Venture Capital Initiative, SA		111 330 000,00	12 500 000	1,00	12 500 000,00
Prado Karton - Companhia de Cartão, SA		2 000 000,00	4	4,00	16,00
Sociedade Águas da Curia, SA		2 000 000,00	202	5,00	1 010,00
Sociedade Imagem Real, Ld ^a		56 285,24	1	288,31	288,31
Sonagi - Sociedade Nacional Gestão Investimento, SGPS, SA		10 000 000,00	11 217		11 281,00
Sonae Indústria, SGPS, SA		812 107 574,17	121		875,10
SPIDOURO - Sociedade Prom. Inv. Douro Trás-os-Montes, SA		901 942,50	15 000	4,99	74 850,00
SPMS - Serviços Partilhados do Ministério da Saúde, EPE	EPR	26 260 689,00			26 260 689,00
Tapada Nacional de Mafra		80 000,00	480	5,00	2 400,00
The Navigator Company, SA (Ex-Portugal, SA)		717 500 000,00	1 680	0,70	1 170,73

(Cont.)

unidade: €

Empresa	31-12-2020				
	Capital Social/Estatutário	Participação do Estado /DGTF			
		Titulos	Val. Nominal unitário	Val. Nominal	%
2. Empresas Públicas Financeiras	4 207 916 845,40			4 054 551 326,40	
Banco Português de Fomento, SA	255 000 000,00	105 278 919	1,00	105 278 919,00	41,285
Caixa Geral de Depósitos, SA	3 844 143 735,00	768 828 747	5,00	3 844 143 735,00	100,00
Parparticipadas, SGPS, SA	90 050 000,00	18 010 000	5,00	90 050 000,00	100,00
SOFID - Soc. P. Financiamento Desenvolvimento Instituição Financeira de Crédito, SA	18 723 110,40	18 848 333	0,80	15 078 666,40	80,54
3. Empresas Sedliadas no Estrangeiro	31 676 791,34			891 877,18	
Fundo de Estabilização da Zona Euro, SA	28 513 396,92	71 329 846	0,01	713 298,46	2,50
IPE Macau - Investimentos e Participações Empresarias, SARL	102 044,98	10 000	10,20	102 044,98	100,00
WTC Macau - World Trade Center Macau, SARL	3 061 349,44	750	102,04	76 533,74	2,50
4. Organismos Internacionais	704 798 700 000,00			17 553 400 000,00	
Mecanismo Europeu de Estabilidade - MEE	704 798 700 000,00	175 534	100 000,00	17 553 400 000,00	2,49
5. Total	738 213 032 618,43			47 082 427 557,92	

Obs - Inclui todas empresas em que o Estado detém participação directa, com excepção das empresas em liquidação

EPR - Entidades Públicas Recllassificadas

Anexo II – Indicadores de Divulgação de Responsabilidade Social

EIXO 1: INFORMAÇÃO GERAL	
1.1	Identifica-se uma área na página web dedicada apenas à RS
1.2	Existe a indicação do responsável pela área da sustentabilidade
1.3	Divulgam-se as prioridades e estratégias a serem alcançadas em termos de sustentabilidade
1.4	Divulga informação sobre eventos, conquistas e fracassos registados pela empresa neste domínio
1.5	Os dados biográficos do presidente e dos membros do executivo estão publicados
1.6	Os endereços de e-mail do presidente e dos membros do executivo estão publicados
1.7	Os salários do presidente e dos membros do executivo estão publicados
1.8	Publica-se o regulamento de prevenção de conflitos de interesses, prevenção de riscos de corrupção e infrações conexas
1.9	O registo de interesses ou de conflitos de interesses do presidente e dos membros do executivo está publicado
1.10	Publicam-se as despesas de representação dos órgãos da administração
1.11	Publicam-se as listas dos membros dos órgãos sociais
1.12	Publicam-se os relatórios dos gabinetes técnicos da empresa
1.13	Publica-se informação sobre os processos de seleção de pessoal
1.14	Os contratos de prestação de serviço são divulgados em plataformas eletrónicas de contratação
1.15	Publicam-se informações sobre os diferentes órgãos do executivo, direções e suas funções
1.16	Publica-se o código de ética ou boa governança da empresa
1.17	Publicam-se relatórios de monitorização da aplicação da conduta ética
1.18	Publica-se o calendário de reuniões dos órgãos sociais ou das direções gerais
1.19	Identificação da pessoa ou órgão responsável
1.20	Publica-se o programa de governação
1.21	Identificam-se os compromissos de gestão assumidos pela administração
1.22	Publica-se informação de adesão a iniciativas socioambientais, como Agenda 21, Agenda 2030 das UN, UN Global Compact Network
1.23	São identificadas as partes interessadas e a sua relação com a empresa
1.24	Divulga-se a realização de reuniões, workshops, conferências, mesas redondas, ou outras, com as partes interessadas?
EIXO 2: INFORMAÇÃO SOCIAL	
2.1	Existe um mapa da própria página web da empresa
2.2	Existe um motor de busca interno dentro da página
2.3	Existem links para redes sociais
2.4	Existe um sistema de informação do estado atualizado dos serviços prestados (horários, mapas, estado dos meios disponibilizados)
2.5	Existe na página Web a possibilidade de realizar procedimentos administrativos, autorizações ou licenças (on-line) ou adquirir serviços
2.6	Existem informações sobre os fornecedores da empresa (endereços de e-mail, contacto, outros)
2.7	Publicam-se as condições (os horários, preços, etc.) dos serviços prestados
2.8	Existe uma caixa de correio de cidadão ou uma seção para reclamações e sugestões
2.9	São divulgadas informações sobre os cursos de formação pessoal
2.10	São publicadas notícias e destaques
2.11	Existe uma área de apoio ao Cliente / Fornecedor / Investidor
2.12	Publicam-se as ofertas de emprego público
2.13	Existe espaço participativo, de recolha de opinião
2.14	São divulgadas informações sobre aspetos ligados à área social
2.15	São publicadas as ajudas e subvenções concedidas
2.16	Existem informações sobre a obtenção de prémios ou distinções de Responsabilidade Social
2.17	São divulgadas informações sobre ações de envolvimento com a comunidade sobre Responsabilidade Social
2.18	São divulgadas informações sobre parcerias com outras entidades, ONG, sociedade civil
2.19	Existem canais de participação, como fóruns ou serviços de chat, através de formulários, reclamações/elogios/sugestões
2.20	Publicam-se notícias e comunicados sobre as atividades da empresa, sua natureza e finalidade
2.21	canal para comunicação de conduta não ética (comunicação de irregularidades)
2.22	informação sobre medidas de conciliação trabalho / família

2.23	informação sobre medidas encorajadoras da participação dos trabalhadores em atividades de Responsabilidade Social
2.24	informação sobre participação paritária no recrutamento, formação, progressão na carreira, quadros dirigentes
EIXO 3: INFORMAÇÃO SOBRE CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS E OBRAS PÚBLICAS	
3.1	São publicados os bens e serviços adquiridos sem concurso (por ajuste direto ou outros procedimentos), fornecedores e valores que justifiquem essa modalidade.
3.2	São publicados os concursos de bens e serviços em curso
3.3	São publicados os licitantes e entidades concorrentes
3.4	São publicados os contratos assinados
3.5	São publicados os relatórios de seguimento e / ou avaliação de desempenho do fornecedor / prestador de serviços / contratado.
3.6	São publicados o número de contratos adjudicados por cada fornecedor
3.7	São publicados relatórios de auditoria
EIXO 4: INFORMAÇÃO ECONÓMICA	
4.1	É divulgado o orçamento da empresa
4.2	São publicados o balanço ou o balanço consolidado
4.3	São publicadas as demonstrações de resultados individuais ou consolidadas.
4.4	São publicados os relatórios de gestão
4.5	São publicados os mapas de fluxo de caixa
4.6	São publicados os relatórios periódicos sobre a execução do orçamento
4.7	É publicada a execução anual do Plano de Investimento Plurianual
4.8	São publicados planos anuais de investimento
4.9	Relatórios sobre modificações orçamentais
4.10	São publicadas a lista de dívidas a fornecedores
4.11	São publicadas as listas de empréstimos a bancos e seus respetivos vencimentos
4.12	São publicadas as dívidas / outras dívidas a terceiros
4.13	São fornecidas informações sobre a evolução da dívida
4.14	São publicados subsídios recebidos e atribuídos
4.15	São publicadas receitas fiscais por serviços fornecidos pela empresa
4.16	São publicadas as listas com o valor dos serviços fornecidos pela empresa
EIXO 5: INFORMAÇÃO AMBIENTAL	
5.1	Atualização sobre a situação ambiental
5.2	Divulgação de iniciativas realizadas para mitigar os impactos ambientais
5.3	Publicam-se informações sobre o grau de redução do impacto ambiental
5.4	Divulgação das ações realizadas para aumentar a economia de energia
5.5	Informações sobre iniciativas para promover o consumo eficiente de energia
5.6	Informações sobre o impacto das iniciativas anteriores na poupança de energia
5.7	Informações sobre o total de gastos e investimentos ambientais
5.8	Ações p/ promover sensibilidade ambiental dos cidadãos
5.9	Informação sobre o consumo de energia
5.10	Informação sobre o consumo total de água
5.11	Informação sobre sanções e incumprimento da legislação ambiental
5.12	Informação sobre as emissões totais de gases com efeito de estufa
5.13	São divulgadas informações sobre políticas ambientais
5.14	São divulgadas informações sobre o sistema de gestão ambiental
5.15	Existem informações sobre a obtenção de prémios no nível ambiental
5.16	Existem informações sobre poluição ambiental (do ar, acústica, marítima)

Anexo III – dados recolhidos por eixo / indicador de divulgação de informação

1) Informação Geral

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
	ADP – Águas de Portugal, S.GPS, S.A.	Agência de Gestão da Tesouraria e da Dívida Pública – IGCP, E.P.E.	Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.P.E.	Águas de Santo André, S.A.	ANI – Agência Nacional de Inovação, S.A.	APS – Administração dos Portos de Sines e do Algarve, S.A.	APSS-Administração dos Portos de Setúbal e Sesimbra, S.A.	Baía do Tejo, S.A.	Caixa Geral de Depósitos, S.A.	Centro Hospitalar Barreiro Montijo, E.P.E.	Comboios de Portugal, E.P.E.	Docapesca - Portos e Lotas, S.A.	ECOSAUDE – Educação, Investigação e Consultoria em Trabalho, Saúde e Ambiente, S.A.	ENATUR – Empresa Nacional de Turismo, S.A.	Hospital Garcia de Orta, E.P.E.	Imprensa Nacional-Casa da Moeda, S.A.	Infraestruturas de Portugal, S.A.	Parque Escolar, E.P.E.	PME Investimentos - Sociedade de Investimento, S.A.	Rádio e Televisão de Portugal, S.A.	SIMARSUI – Saneamento da Península de Setúbal, S.A.	SOELUSA, S.A.	TRANSTED, S.A.	Teatro Nacional D. Maria II, E.P.E.	Unidade Local de Saúde do Litoral Alentejano, E.P.E.
EIXO 1: Informação Geral	21	18	22	22	18	23	18	10	23	21	22	19	7	12	20	20	23	13	11	23	16	17	21	19	
1.1 Identifica-se uma área na página web dedicada apenas à RS	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	
1.2 Existe a indicação do responsável pela área da sustentabilidade	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	
1.3 Divulgam-se as prioridades e estratégias a serem alcançadas em termos de sustentabilidade	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	
1.4 Divulga informação sobre eventos, conquistas e fracassos registados pela empresa neste domínio	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
1.5 Os dados biográficos do presidente e dos membros do executivo estão publicados	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
1.6 Os endereços de e-mail do presidente e dos membros do executivo estão publicados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
1.7 Os salários do presidente e dos membros do executivo estão publicados	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	
1.8 Publica-se o regulamento de prevenção de conflitos de interesses, prevenção de riscos de corrupção e infrações conexas	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
1.9 O registo de interesses ou de conflitos de interesses do presidente e dos membros do executivo está publicado	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	
1.10 Publicam-se as despesas de representação dos órgãos da administração	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
1.11 Publicam-se as listas dos membros dos órgãos sociais	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	
1.12 Publicam-se os relatórios dos gabinetes técnicos da empresa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
1.13 Publica-se informação sobre os processos de seleção de pessoal	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	
1.14 Os contratos de prestação de serviço são divulgados em plataformas eletrónicas de contratação	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	
1.15 Publicam-se informações sobre os diferentes órgãos do executivo, direções e suas funções	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	
1.16 Publica-se o código de ética ou boa governança da empresa	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	
1.17 Publicam-se relatórios de monitorização da aplicação da conduta ética	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	
1.18 Publica-se o calendário de reuniões dos órgãos sociais ou das direções gerais	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	
1.19 Identificação da pessoa ou órgão responsável	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	
1.20 Publica-se o programa de governação	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	
1.21 Identificam-se os compromissos de gestão assumidos pela administração	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	
1.22 Publica-se informação de adesão a iniciativas socioambientais, como Agenda 21, Agenda 2030 das UN, UN Global Compact Network	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	
1.23 São identificadas as partes interessadas e a sua relação com a empresa	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
1.24 Divulga-se a realização de reuniões, workshops, conferências, mesas redondas, ou outras, com as partes interessadas?	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	

2) Informação Social

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
		ADP – Águas de Portugal, S.GPS, S.A.____	Agência de Gestão da Tesouraria e da Dívida Pública – IGCP, E.P.E.____	Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.P.E.____	Águas de Santo André, S.A.____	ANI - Agência Nacional de Inovação, S.A.____	APS - Administração dos Portos de Sines e do Algarve, S.A.____	APSS-Administração dos Portos de Setúbal e Sesimbra, S.A.____	Baía do Tejo, S.A.____	Caixa Geral de Depósitos, S.A.____	Centro Hospitalar Barreiro Montijo, E.P.E.____	Comboios de Portugal, E.P.E.____	Docapesca - Portos e Lotas, S.A.____	ECOSAUDE - Educação, Investigação e Consultoria em Trabalho, Saúde e Ambiente, S.A.____	ENATUR - Empresa Nacional de Turismo, S.A.____	Hospital Garcia de Orta, E.P.E.____	Imprensa Nacional-Casa da Moeda, S.A.____	Infraestruturas de Portugal, S.A.____	Parque Escolar, E.P.E.____	PMI Investimentos - Sociedade de Investimento, S.A.____	Rádio e Televisão de Portugal, S.A.____	SIMARSUL - Saneamento da Península de Setúbal, S.A.____	SOELUSA, S.A.____	TRANSTEJO, S.A.____	Teatro Nacional D. Maria II, E.P.E.____	Unidade Local de Saúde do Litoral Alentejano, E.P.E.____
	EIXO 2: Informação Social	18	13	15	19	15	23	19	8	23	20	23	18	5	5	20	20	24	12	10	22	15	18	19	19	
2.1	Existe um mapa da própria página web da empresa	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.2	Existe um motor de busca interno dentro da página	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.3	Existem links para redes sociais	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.4	Existe um sistema de informação do estado atualizado dos serviços prestados (horários, mapas, estado dos meios disponibilizados)	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
2.5	Existe na página Web a possibilidade de realizar procedimentos administrativos, autorizações ou licenças (on-line) ou adq	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1
2.6	Existem informações sobre os fornecedores da empresa (endereços de e-mail, contacto, outros)	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
2.7	Publicam-se as condições (os horários, preços, etc.) dos serviços prestados	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1
2.8	Existe uma caixa de correio de cidadão ou uma seção para reclamações e sugestões	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.9	São divulgadas informações sobre os cursos de formação pessoal	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0
2.10	São publicadas notícias e destaques	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.11	Existe uma área de apoio ao Cliente / Fornecedor / Investidor	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
2.12	Publicam-se as ofertas de emprego público	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1
2.13	Existe espaço participativo, de recolha de opinião	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1
2.14	São divulgadas informações sobre aspetos ligados à área social	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.15	São publicadas as ajudas e subvenções concedidas	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1
2.16	Existem informações sobre a obtenção de prémios ou distinções de Responsabilidade Social	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0
2.17	São divulgadas informações sobre ações de envolvimento com a comunidade sobre Responsabilidade Social	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
2.18	São divulgadas informações sobre parcerias com outras entidades, ONG, sociedade civil	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1
2.19	Existem canais de participação, como fóruns ou serviços de chat, através de formulários, reclamações/elogios/sugestões	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1
2.20	Publicam-se notícias e comunicados sobre as atividades da empresa, sua natureza e finalidade	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2.21	canal para comunicação de conduta não ética (comunicação de irregularidades)	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
2.22	informação sobre medidas de conciliação trabalho / família	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1
2.23	informação sobre medidas encorajadoras da participação dos trabalhadores em atividades de Responsabilidade Social	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0
2.24	informação sobre participação paritária no recrutamento, formação, progressão na carreira, quadros dirigentes	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1

3) Informação sobre contratação pública

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
	AdP - Águas de Portugal, S.GPS, S.A.____	Agência de Gestão da Tesouraria e da Dívida Pública - IGCP, E.P.E.____	Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.P.E.____	Águas de Santo André, S.A.____	ANI - Agência Nacional de Inovação, S.A.____	APS - Administração dos Portos de Sines e do Algarve, S.A.____	APSS-Administração dos Portos de Setúbal e Sesimbra, S.A.____	Bala do Tejo, S.A.____	Caixa Geral de Depósitos, S.A.____	Centro Hospitalar Barreiro Montijo, E.P.E.____	Combóios de Portugal, E.P.E.____	Docapesca - Portos e Lotas, S.A.____	ECOSAUDE - Educação, Investigação e Consultoria em Trabalho, Saúde e Ambiente, S.A.____	ENATUR - Empresa Nacional de Turismo, S.A.____	Hospital Garcia de Orla, E.P.E.____	Imprensa Nacional-Casa da Moeda, S.A.____	Infraestruturas de Portugal, S.A.____	Parque Escolar, E.P.E.____	PME Investimentos - Sociedade de Investimento, S.A.____	Rádio e Televisão de Portugal, S.A.____	SIMARSUL - Saneamento da Península de Setúbal, S.A.____	SOELUSA, S.A.____	TRANSTEJO, S.A.____	Teatro Nacional D. Maria II, E.P.E.____	Unidade Local de Saúde do Litoral Alentejano, E.P.E.____
EIXO 3: Informação Contratação (serviços e obras públicas)	5	5	2	5	5	5	4	1	6	0	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	1	
São publicados os bens e serviços adquiridos sem concurso (por ajuste direto ou outros procedimentos), fornecedores e valores que justifiquem essa modalidade.	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	
São publicados os concursos de aquisição de bens e serviços em curso	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	
São publicados os licitantes e entidades concorrentes	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	
São publicados os contratos assinados	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	
São publicados os relatórios de seguimento e / ou avaliação de desempenho do fornecedor / prestador de serviços / contratado.	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
São publicados o número de contratos adjudicados por cada fornecedor	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	
São publicados relatórios de auditoria	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	

4) Informação económica

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
	AdP – Águas de Portugal, S.GPS, S.A.____	Agência de Gestão da Tesouraria e da Dívida Pública – IGCP, E.P.E.____	Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.P.E.____	Águas de Santo André, S.A.____	ANI – Agência Nacional de Inovação, S.A.____	APS – Administração dos Portos de Sines e do Algarve, S.A.____	APSS-Administração dos Portos de Setúbal e Sesimbra, S.A.____	Baía do Tejo, S.A.____	Caixa Geral de Depósitos, S.A.____	Centro Hospitalar Barreiro Montijo, E.P.E.____	Combolões de Portugal, E.P.E.____	Docapesca – Portos e Lotas, S.A.____	ECOSAUDE – Educação, Investigação e Consultoria em Trabalho, Saúde e Ambiente, S.A.____	ENATUR – Empresa Nacional de Turismo, S.A.____	Hospital Garcia de Orta, E.P.E.____	Imprensa Nacional-Casa da Moeda, S.A.____	Infraestruturas de Portugal, S.A.____	Parque Escolar, E.P.E.____	PME Investimentos - Sociedade de Investimento, S.A.____	Rádio e Televisão de Portugal, S.A.____	SIMAR SUI – Saneamento da Península de Setúbal, S.A.____	SOELUSA, S.A.____	TRANSTEJO, S.A.____	Teatro Nacional D. Maria II, E.P.E.____	Unidade Local de Saúde do Litoral Alentejano, E.P.E.____
EIXO 4: Informação Económica	14	12	13	9	12	13	11	12	14	15	13	9	6	11	14	14	15	8	13	15	11	10	13	11	
4.1 É divulgado o orçamento da empresa	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	
4.2 São publicados o balanço ou o balanço consolidado	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	
4.3 São publicadas as demonstrações de resultados individuais ou consolidadas.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
4.4 São publicados os relatórios de gestão	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
4.5 São publicados os mapas de fluxo de caixa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
4.6 São publicados os relatórios periódicos sobre a execução do orçamento	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	
4.7 É publicada a execução anual do Plano de Investimento Plurianual	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	
4.8 São publicados planos anuais de investimento	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	
4.9 Relatórios sobre modificações orçamentais	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	
4.10 São publicadas a lista de dívidas a fornecedores	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	
4.11 São publicadas as listas de empréstimos a bancos e seus respetivos vencimentos	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	
4.12 São publicadas as dívidas / outras dívidas a terceiros	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	
4.13 São fornecidas informações sobre a evolução da dívida	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
4.14 São publicados subsídios recebidos e atribuídos	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	
4.15 São publicadas receitas fiscais por serviços fornecidos pela empresa	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	
4.16 São publicadas as listas com o valor dos serviços fornecidos pela empresa	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	

5) Informação ambiental

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
	AdP - Águas de Portugal, S.GPS, S.A.	Agência de Gestão da Tesouraria e da Dívida Pública - IGCP, E.P.E.	Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal, E.P.E.	Águas de Santo André, S.A.	ANI - Agência Nacional de Inovação, S.A.	APS - Administração dos Portos de Sines e do Algarve, S.A.	APSS-Administração dos Portos de Setúbal e Sesimbra, S.A.	Bafa do Tejo, S.A.	Caixa Geral de Depósitos, S.A.	Centro Hospitalar Barreiro Montijo, E.P.E.	Comboios de Portugal, E.P.E.	Docapesca - Portos e Lotas, S.A.	ECOSAÚDE - Educação, Investigação e Consultoria em Trabalho, Saúde e Ambiente, S.A.	ENATUR - Empresa Nacional de Turismo, S.A.	Hospital Garcia de Orta, E.P.E.	Imprensa Nacional Casa da Moeda, S.A.	Infraestruturas de Portugal, S.A.	Parque Escolar, E.P.E.	PME Investimentos - Sociedade de Investimento, S.A.	Rádio e Televisão de Portugal, S.A.	SIMARSUL - Saneamento da Península de Setúbal, S.A.	SOE LUSA, S.A.	TRANSTEJO, S.A.	Teatro Nacional D. Maria II, E.P.E.	Unidade Local de Saúde do Litoral Alentejano, E.P.E.
EIXO 5: Informação Ambiental	15	3	0	15	4	15	15	6	16	0	16	13	0	2	9	15	16	4	7	15	15	6	2	10	
5.1 Atualização sobre a situação ambiental	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0	1	
5.2 Divulgação de iniciativas realizadas para mitigar os impactos ambientais	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
5.3 Publicam-se informações sobre o grau de redução do impacto ambiental	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	
5.4 Divulgação das ações realizadas para aumentar a economia de energia	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	
5.5 Informações sobre iniciativas para promover o consumo eficiente de energia	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	
5.6 Informações sobre o impacto das iniciativas anteriores na poupança de energia	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	
5.7 Informações sobre o total de gastos e investimentos ambientais	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	
5.8 Ações p/ promover sensibilidade ambiental dos cidadãos	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	
5.9 Informação sobre o consumo de energia	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	
5.10 Informação sobre o consumo total de água	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	
5.11 Informação sobre sanções e incumprimento da legislação ambiental	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	
5.12 Informação sobre as emissões totais de gases com efeito de estufa	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	
5.13 São divulgadas informações sobre políticas ambientais	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	
5.14 São divulgadas informações sobre o sistema de gestão ambiental	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	
5.15 Existem informações sobre a obtenção de prémios no nível ambiental	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	
5.16 Existem informações sobre poluição ambiental (do ar, acústica, marítima)	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	