

O Impacto das Políticas de Responsabilidade Social na Banca Portuguesa

Francisco Carreira (Instituto Politécnico de Setúbal, Escola Superior de Ciências Empresariais)¹,

Ana Amaral (Mestre em Contabilidade e Finanças) e

Fernanda Pereira (Instituto Politécnico de Beja)

Temática: H) Responsabilidade Social Corporativa

¹Correspondência: francisco.carreira@esce.ips.pt - ESCE, Campus do IPS – Estefanilha, 2914-503 Setúbal, Portugal

O Impacto das Políticas de Responsabilidade Social na Banca Portuguesa

RESUMEN

El debate sobre el tema de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) era casi inexistente hace treinta años y hoy es convincente, tanto en los círculos de negocios, tanto en las organizaciones internacionales. Lo que antes era el dominio académico ha llegado a dominar la sociedad.

La responsabilidad social se ha asociado con grupos o grandes empresas, ya que tienen los recursos que les permitan poner en práctica de manera más coherente y sostenido de estas prácticas. Estos recursos también se utilizan para la difusión de acciones propias realizadas en estas áreas.

Desde los años sesenta del siglo XX que ha sido testigo de numerosas iniciativas de RSE en los EE.UU., en Europa y en Portugal. Cabe destacar la creación de la GRI y la publicación del Libro Verde del Consejo Europeo sobre el medio ambiente.

Con el fin de ilustrar las políticas de responsabilidad social, fue elegido una muestra de bancos portugueses en un período de tres años para evaluar sus prácticas de responsabilidad social, ya que ha sido el sector de actividad en los últimos años mostraron resultados positivos mayor.

Se encontró que los cuatro bancos más grandes que operan en Portugal desarrollan acciones de RSE, mediante el apoyo en las áreas de asistencia social, la cultura, el deporte, la educación y el patrimonio artístico e histórico, y cada banco se centra en una más áreas.

RESUMO

O debate acerca da temática da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) era quase inexistente há trinta anos atrás e, atualmente, é incontornável quer nos meios empresariais, quer nos organismos internacionais. O que, anteriormente, era do domínio académico passou a dominar a sociedade civil.

A responsabilidade social tem sido associada a grupos ou empresas de grande dimensão, já que possuem recursos que lhes permitem implementar de forma mais consistente e sustentada, essas práticas. Estes recursos são, também, utilizados para a própria divulgação das ações levadas a cabo nestes domínios.

Desde os anos sessenta do século XX que se tem assistido a inúmeras iniciativas de RSE, nos EUA, na Europa e em Portugal. É de realçar a criação do GRI e a publicação do Livro Verde do Conselho Europeu sobre o ambiente.

De modo a ilustrar as políticas de responsabilidade social, elegeram-se uma amostra de bancos portugueses, num período de três anos, para aferir as suas práticas de responsabilidade social, uma vez que tem sido o setor de atividade que nos últimos anos apresentou resultados positivos mais elevados.

Verificámos que os quatro maior bancos a operar em Portugal desenvolvem ações de RSE, pelo apoio que prestam nas áreas da beneficência, cultura, desporto, educação e património artístico e histórico, sendo que cada banco procura privilegiar uma mais áreas.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social, Bancos, Divulgação RSE.

O Impacto das Políticas de Responsabilidade Social na Banca Portuguesa

Introdução

A presente investigação desenvolve a temática da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e procura evidenciar o contributo da RSE no desenvolvimento económico e em prol da sociedade. Para o efeito elegeu-se o setor bancário e procurou-se aferir o impacto das políticas de RSE protagonizadas pelos principais bancos portugueses, no triénio 2008 a 2010.

A nossa linha de investigação é constituída por duas fases: a primeira fase (que corresponde ao âmbito do presente trabalho) corresponde à identificação dos bancos e das suas práticas de RSE, em termos de número de projetos e de área de intervenção e, a segunda fase (objeto de estudo posterior), procurará aferir em que medida as instituições que beneficiam das iniciativas de RSE dos bancos, os reconhecem no estabelecimento de uma relação comercial, nomeadamente, em termos de abertura de conta.

Para alcançar os objetivos definidos estruturámos o nosso trabalho em duas componentes: a primeira tem uma dimensão teórica - em que se introduz o conceito de RSE, se expõe a sua evolução, se realça a sua importância, através do reconhecimento de alguns estudos desenvolvidos por vários autores e se associam às diferentes teorias, bem como o contributo de organizações internacionais neste domínio e uma breve panorâmica sobre a realidade portuguesa.

A segunda componente é, essencialmente, empírica dirigida para o setor bancário em Portugal, em que se procura evidenciar as práticas de RSE protagonizadas por uma amostra de bancos portugueses. Nesse sentido procedeu-se à caracterização do setor bancário, definiu-se uma amostra e uma metodologia de estudo, tendentes à obtenção de evidências.

Por último, os resultados obtidos evidenciam o empenho, em termos de RSE, dos principais bancos a operar em Portugal, que é manifestado, quer pelo número de projetos, quer pelas áreas abrangidas.

Nesse domínio as principais áreas de intervenção são a beneficência e a educação e com uma reduzida expressão, o apoio ao património artístico e histórico. Os bancos BPI e BCP são responsáveis por cerca de 70% de apoio às instituições que se dedicam ao desenvolvimento social.

1 – A Responsabilidade Social Empresarial

O interesse por este tema acentuou-se devido à evolução do sistema económico, bem como às transformações das sociedades industriais no último século. (Andrioff e McIntosh, 2001; Carroll e Buchholtz, 2000; Korten, 1995).

O conceito de RSE começou a ser estudado e discutido a partir do Século XX. Anteriormente havia registos de comportamentos que podiam ser classificados como sendo de RSE, mas nesse período não eram relatados como tal. Existem ao longo da história alguns bons exemplos do que viria a ser mais tarde a RSE.

Uma das primeiras referências encontradas sobre o tema de RSE data de 1953 e é de autoria de Brown. Este autor defende que são “obrigações dos homens de negócios de adotar orientações, tomar decisões e seguir linhas de ação que sejam compatíveis com os fins e valores da nossa sociedade”.

Embora existam registos de situações onde de facto se apresentam preocupações sociais, de uma maneira geral, antes de 1960, esperava-se das empresas, apenas, o lucro e o pagamento de impostos e de bons salários. Nas décadas de 60/70 do século XX, a sociedade começa a exigir das empresas mais do que meras preocupações económicas e fiscais.

Clarke (1998) fala em duas perspetivas sobre RSE. A primeira baseia-se na teoria neoclássica sendo o seu principal defensor Friedman (1998), que defende que o objetivo social da empresa é a obtenção de lucros. Ao gerir os recursos que tem à sua disposição e maximizar a riqueza dos acionistas, a empresa está a ser socialmente responsável. Ao pagar impostos e a gerar empregos está a contribuir para o bem-estar da comunidade.

A segunda perspetiva, baseada na teoria dos *stakeholders*, tem como defensor principal Freeman (1998). Este autor parte do princípio de que para além dos acionistas, existem outros agentes interessados nas decisões das empresas. Estes podem ser não só acionistas, mas também credores, empregados, clientes, fornecedores ou a comunidade em geral.

Ao contrário de Friedman, defende que todas as decisões de uma empresa devem ter em conta os interesses de todos os *stakeholders* e não só dos acionistas. A perspetiva de Friedman é mais no sentido de obrigação social e não de responsabilidade social. A obrigação social corresponde aquilo que a empresa faz pelo social que está previsto por lei e só isso, não tendo o carácter voluntário que define a responsabilidade social.

Recentemente, Holme e Watts (2000, pág.10) defendem que a RSE pode ser vista como um compromisso assumido pela empresa “em contribuir para o desenvolvimento económico sustentável trabalhando com os empregados, as suas famílias, a comunidade local e a sociedade em geral para melhorar a sua qualidade de vida”.

Trata-se não só de saber como é que as empresas obtêm os seus lucros através das práticas de RSE em relação, por exemplo, aos seus funcionários e colaboradores, à proteção do ambiente e à transparência e ética nos negócios, mas também o que fazem com esses lucros, ou seja, se aplicam parte desses lucros no bem-estar da comunidade onde estão inseridos.

Os fundamentos teóricos utilizados normalmente para justificar o conceito de RSE, têm como base três escolas distintas: *Business Ethics*, *Business & Society* e *Social Issues Management* (Matten, Crane e Chappel, 2003; Carroll e Buchholtz, 2000; Donaldson e Preston, 1995; Logsdon e Palmer, 1988).

Gendron (2000) e Jones (1996) categorizaram cada uma das abordagens respetivamente em: ética normativa; social ou contratual; e estratégica. De referir que nenhuma delas consiste num campo de pesquisa independente e muitas vezes os elementos conceptuais de uma são usados por outra. Contudo, determinados pressupostos básicos conferem uma verdadeira distinção a cada uma das abordagens.

A abordagem normativa, característica da *Business Ethics*, baseia-se no facto das empresas e as suas atividades estarem sujeitas ao escrutínio ético á semelhança de qualquer outra esfera da vida humana.

A abordagem normativa defende que a responsabilidade social decorre, diretamente, da sua responsabilidade moral. A empresa necessita de agir de modo, socialmente correto porque é seu dever moral fazê-lo.

Ao defender este raciocínio, esta abordagem coloca-se em desacordo com as teses da “mão invisível” de Friedman e das teses da “mão do governo” de Galbraith. Enquanto a tese da “mão invisível” conclui que é o mercado livre e competitivo que moraliza o comportamento das empresas, a tese da “mão do governo” afirma que esse comportamento, apenas é influenciado pela regulamentação existente. Nenhuma delas aceita a tese da abordagem normativa de que as empresas possam ter um juízo moral.

Em meados dos anos 70 do século XX, surge a escola com uma base mais sociológica e política, voltada para questões mais pragmáticas, denominada *Business & Society*, na qual o conceito de RSE é a de que empresas e sociedades não são entidades distintas, antes pelo contrário, são interdependentes e é normal que a sociedade tenha expectativas em relação às práticas das empresas (Wood, 1991).

Esta abordagem apoia-se fundamentalmente em três pressupostos: o primeiro é o de que a empresa e a sociedade são parte de um todo; O segundo pressuposto é que ambas estão ligadas por um contrato social. Como destaca Gendron (2000), um contrato social legítima uma organização produtiva (empresa), passando a sociedade a conceder-lhe autoridade para utilizar recursos naturais, criar emprego e comercializar produtos. Em contrapartida, a empresa deve oferecer benefícios compensadores à sociedade; e o terceiro e último pressuposto, argumenta que as empresas estão sujeitas a um controlo por parte da sociedade. Matten, Crane e Chappel (2003) recorrem à teoria dos *stakeholders* para afirmar que é importante identificar os grupos que interagem com a empresa e que cada um deles tem o direito de participar ou de ser ouvido, quando existem processos de tomadas de decisão.

A última abordagem estratégica é característica da escola *Social Issues Management* e emerge no início dos anos 80 do século XX. Para Jones (1996), as questões de RSE baseiam-se em três pilares: o primeiro é o de que a empresa pode aproveitar as oportunidades de mercado, decorrentes de transformações nos valores sociais, se souber antecipar-se a eles; o segundo é de que um comportamento socialmente responsável pode garantir-lhes uma vantagem competitiva; e o terceiro e último, está relacionado com a atitude pró-ativa das empresas, podendo desta forma antecipar-se a novas legislações ou até mesmo evitá-las.

Esta abordagem estratégica levanta a questão de que a empresa não existe apenas num ambiente composto por consumidores, produtores e concorrentes, mas também por um ambiente político.

Para Gendron (2000), este ambiente político determina a evolução dos cidadãos, fazendo com que seja imprescindível que a empresa leve em conta esse contexto político quando toma as suas decisões. A *Social Issues Management* reconhece não só a dimensão social do consumidor, como também o carácter evolutivo das instituições.

2 - A importância da divulgação da RSE

A partir do momento que se reconhece a importância da RSE e as medidas que as empresas devem tomar em benefício de todos tendo sempre em consideração o

desenvolvimento sustentável, é fundamental divulgar essa informação para que chegue às partes interessadas.

Para Gray (1987), a divulgação da RSE é o processo de prestação de informação destinada à quitação dessa responsabilidade social.

A divulgação empresarial e a comunicação social desempenham um papel cada vez mais importante ao satisfazer as crescentes necessidades de informação, dos *stakeholders* da empresa relativas às questões da RSE (Gray, 1995a), ainda que decorra de forma voluntária e é cada vez mais usada pelas empresas.

Várias têm sido as teorias que procuram explicar esta prática, tanto de carácter económico, como de carácter político e social. As de carácter económico são a teoria positiva de contabilidade, a do enquadramento custo-benefício e a teoria baseada nos recursos. As de carácter político e social destacam-se a teoria da legitimidade e a dos *stakeholders*.

Freedman e Jaggi (1998), Belkaoui e Karpik (1989), Zéghal e Ahmes (1990), defendem que cada uma delas tenta estabelecer ligações entre a divulgação de informação social das empresas e as suas características de desempenho, embora não consigam por si só explicar as motivações que estão por trás da divulgação voluntária. Para se conseguir explicar estas motivações, é fundamental recorrer à articulação de todas elas.

Watts e Zimmerman (1990) argumentam que a teoria positiva da contabilidade permite compreender as razões que motivam as empresas a adotar determinadas políticas contabilísticas em detrimento de outras durante o processo de decisão. Depois de se perceber quais são essas razões, há condições de entender quais são as motivações que levam à divulgação de informação de uma empresa.

A teoria positiva da contabilidade baseia-se no facto de que os agentes económicos são racionais e vão atuar apenas com o intuito de gerar e maximizar riqueza. Esta teoria defende que toda a regulamentação governamental é um custo político para a empresa.

Em relação ao enquadramento custo-benefício, Cormier e Gordon (2001) e Cormier e Magnan (2003) procederam à análise da divulgação de informação de responsabilidade social dentro de uma estrutura de custo-benefício. Assim, a empresa pode minimizar a divulgação caso se aperceba que os investidores não necessitem dela.

Habitualmente existe uma assimetria de informação, ou seja, os gestores têm mais informação do que os investidores. Não divulgar informação pode levar a que os investidores criem um cenário pior do que a realidade. Divulgar informação credível, conduz a que os investidores não necessitem de procurar outras fontes de recolha de informação e façam uma avaliação dos seus investimentos o mais correta possível.

Segundo a perspetiva baseada nos recursos, Galbreath (2005) defende que o sucesso de uma empresa depende dos recursos que possui e controla. Cada empresa, através deles, é responsável por disponibilizar à população, determinado produto ou serviço que necessite.

Para Mathews (2002), as empresas necessitam de controlar os recursos necessários para o desenvolvimento das suas atividades económicas, através de processos produtivos próprios e procuram atingir os objetivos estabelecidos.

Muitas vezes esse controlo sobre os recursos é partilhado com os seus *stakeholders*, por isso é fundamental estabelecer relações com eles durante todo este processo de

partilha de recursos e de elaboração dos seus processos produtivos. Uma das formas encontradas para estabelecer essa ligação é através da publicação de informação.

No grupo de teorias sociais e políticas temos a teoria dos *stakeholders* e a teoria da legitimidade.

Para Tilling (2004), a teoria dos *stakeholders* e a teoria da legitimidade são as que melhor explicam o comportamento das empresas no âmbito da sua responsabilidade social. Todavia, trata-se de teorias que se complementam e que não se substituem (Gray et al, 1995a).

Estas teorias procuram explicar a divulgação de informação de responsabilidade social noutros termos que não, apenas, a perspetiva economicista, na medida em que abrangem uma perspetiva de sistema, defendendo que as empresas influenciam e são influenciadas, pela comunidade em que estão inseridas.

Para Ullmann (1985), a empresa tem uma responsabilidade social que implica o interesse de todos os *stakeholders*, sendo aconselhável procurarem o seu apoio a fim de manter um ambiente próspero. Para este autor, toda a divulgação de informação sobre RSE, é uma estratégia da empresa para gerir as relações com os *stakeholders*.

Roberts (1992) conclui que, no âmbito desta divulgação, o poder dos *stakeholders*, a postura estratégica e o desempenho económico estão relacionados entre si e aquela é usada como ferramenta pelas empresas para gerir os *stakeholders* e todo o ambiente organizacional envolvente.

Gray et al (1996) e Deegan (2002) identificam duas variantes na teoria dos *stakeholders*: a ética e a administrativa. A variante ética corresponde ao dever perante todos os seus *stakeholders* de divulgar informação social e a variante administrativa explica a divulgação de informação de RSE como um modo de gerir a relação empresa e *stakeholders*.

Guthrie, et al (2004) acredita que deste modo as empresas terão tendência a desenvolver atividades e a divulgar a informação expectável pelos seus *stakeholders*, sempre com o objetivo de conseguirem tirar partido disso.

A teoria da legitimidade pode ser considerada como um mecanismo eficaz na perceção da divulgação da responsabilidade social empresarial (Tilling, 2004). Para Deegan, (2002) a divulgação da RSE é um método através do qual a gestão pode interagir com a sociedade em geral para influenciar as perceções externas sobre a organização.

Esta teoria baseia-se na ideia de que entre as empresas e a sociedade existe um contrato social, onde estão descritas todas as formas de como as empresas desenvolvem as suas atividades (Suchman, 1995; Williams, 1999; Guthrie, et al, 2004; Watson et al, 2002).

A teoria da legitimidade considera que a sociedade permite às empresas existirem e terem direitos. Assim, uma empresa para sobreviver deve assegurar-se de que as atividades que praticam estão de acordo com valores e normas da sociedade.

2.1 - A RSE e as organizações internacionais

O aumento do interesse pelas questões da RSE deve-se, também, aos esforços levados a cabo por algumas organizações internacionais, nomeadamente a União Europeia (UE) e a Organização das Nações Unidas (ONU).

Em relação à contribuição da UE é importante referir a publicação do Livro Verde em 2001 e das comunicações subsequentes de 2002 e de 2006. A ONU contribuiu

sobretudo através de duas iniciativas: a *Global Reporting Initiative* (GRI) e o *Global Compact* (GC).

Em 1997 foi criada a *Global Reporting Initiative* (GRI). A GRI é uma Organização Não-Governamental internacional que tem como missão desenvolver e difundir diretrizes para a elaboração de relatórios de sustentabilidade utilizadas voluntariamente por empresas de todo mundo.

A GRI tem como objetivo atribuir aos relatórios de sustentabilidade a mesma utilidade e seriedade dos relatórios e demonstrações financeiras, conferindo-lhes o *status* de documento. Para o efeito elaborou um conjunto de *Guidelines* (G1, G2, G3 e G3.1) e suplementos setoriais e que constituem uma importante ferramenta para as empresas que pretendem divulgar as suas políticas de responsabilidade social.

O *Global Compact* (GC), foi uma iniciativa lançada pelo ex-secretário-geral das Nações Unidas, Kofi Annan, com o objetivo de levar a comunidade empresarial global, de uma forma voluntária, a apoiar mundialmente a promoção de valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, direitos do trabalho, proteção ambiental e combate à corrupção.

Esta proposta foi anunciada em janeiro de 1999, durante o Fórum Económico Mundial em Davos, na Suíça tendo sido lançado formalmente em julho de 2000.

2.2 - A divulgação da RSE em Portugal

A tendência para o aumento da divulgação da informação sobre responsabilidade social em Portugal tem sido crescente e tem acompanhado o acréscimo no resto do mundo.

Roque e Cortez (2006) realizaram um estudo empírico onde compararam o desempenho financeiro no mercado de capitais e a divulgação de informação social de 35 empresas cotadas em Portugal. As conclusões deste estudo mostram que quanto maior o desempenho financeiro de uma empresa, menor é a preocupação em divulgar informação social.

Branco e Rodrigues (2008), num estudo efetuado a uma amostra de empresas que figuravam na lista Euronext Lisboa, mostram que estas elegeram o Relatórios e Contas para divulgar a sua informação social, sobretudo a informação referente aos recursos humanos.

No entanto, se o meio de divulgação preferido para colocarem à disposição as informações sociais referentes aos recursos humanos foi esse relatório, o mais usado para informar sobre projetos ao nível do envolvimento com a comunidade foi a *Internet*.

Segundo os mesmos autores existe uma explicação simples para essa opção. O Relatório e Contas está muito direcionado para o investidor que, obviamente, se preocupa com os recursos humanos da empresa.

A *Internet* permite que o público em geral consulte os sítios das empresas fazendo mais sentido que a informação sobre os projetos sociais envolvendo a comunidade, aí esteja disponível. Neste estudo, Branco e Rodrigues concluíram, ainda, que quanto maior a visibilidade que a empresa apresenta, maior a preocupação em divulgar a informação social, qualquer que seja o suporte escolhido.

3 - A RSE na banca portuguesa

3.1 – Breve caracterização do setor bancário português

A ideia da criação de um Mercado Único de bens e serviços europeu despoletou movimentos de privatização e liberalização do setor bancário português. No final do ano de 1984 e durante 1985 surgiram, em Portugal, os primeiros bancos privados. Com a entrada na Comunidade Económica Europeia o processo de liberalização acelerou-se, ainda, que não se verifique os princípios da livre concorrência.

O processo de privatizações começou, efetivamente, em Portugal, em 1989, ficando praticamente concluído em 1995. Em 1984 operavam em Portugal, 17 bancos e, em 1995, este número aumentou para 45.

De acordo com o Banco de Portugal (2009), a liberalização do sistema financeiro português, ocorreu com algum desfasamento temporal face à maioria dos países da OCDE. Esta situação deveu-se sobretudo a duas situações que ocorreram em Portugal: a nacionalização de todos os bancos pós Abril de 1974 e às duas intervenções do FMI, em 1977 e 1983.

Tendo em conta a mesma fonte, em 2009, operavam em Portugal 203 instituições financeiras das quais 38 eram bancos. O ativo total do setor bancário representava cerca de 31.5% do PIB, o que equivalia em termos absolutos a 515.354 milhões de euros.

De acordo com o Boletim Estatístico da Associação Portuguesa de Bancos, em 2009, trabalhavam no setor bancário cerca de 59.215 pessoas, sendo que 94% dos colaboradores tinha um vínculo efetivo com a instituição empregadora, não existindo assim uma precariedade significativa no emprego. Quase metade detinha habilitações ao nível do ensino superiores e, embora se registre um aumento do número de trabalhadores do sexo feminino, este representa, apenas, 46% do total.

3.2 – Amostra

O objetivo definido neste estudo é identificar as práticas de responsabilidade social por parte das entidades bancárias, no período de 2008-2010, que corresponde ao período de crise financeira vivido na Europa, e sobretudo em Portugal.

Por isso, o nosso universo tem por base o regime geral das instituições de crédito e sociedades financeiras (o qual é regulado pelo Decreto-Lei n.º 298/92, de 31 de dezembro), que é supervisionado pelo Banco de Portugal e que agrupa as instituições em duas categorias: instituições de crédito e sociedades financeiras.

As instituições de crédito estão autorizadas a realizar um maior número de operações e são em maior número face às sociedades financeiras, pelo que decidimos delimitar a nossa amostra às instituições de crédito e nestas centrar-nos nos bancos, atendendo a que os mesmos estão, igualmente, no centro da atual crise financeira.

Assim, consultámos a página web do Banco de Portugal e identificámos 35 bancos autorizados a exercer atividade no nosso país e elaborámos o Quadro nº 1 em que selecionámos os bancos com impacto mais significativo na sociedade portuguesa.

Constatámos, assim, que o capital subscrito e realizado dos primeiros quatro bancos ultrapassam mais de dois terços (75,41) da totalidade da banca portuguesa.

Estes quatro bancos, constituí a nossa amostra, a qual é representativa do setor bancário, dado que abrange 75% do universo.

Quadro nº 1 – Capital Subscrito e Realizado pelos Bancos Portugueses

Ordem	Bancos	Capital Subscrito e Realizado (Em Euros)	% Capital Subscrito e Realizado, em relação ao total dos Bancos	% Capital Subscrito e Realizado, em relação ao total dos Bancos (% acumuladas)
1	Banco Comercial Português	6.064.999.986	28,17%	28,17%
2	Caixa Geral de Depósitos	5.150.000.000	23,92%	52,09%
3	Banco Espírito Santo	4.030.232.150	18,72%	70,81%
4	Banco BPI	990.000.000	4,60%	75,41%
5 a 10	Bancos Seguintes	-	-	90,65%
11 a 35	Bancos Seguintes	-	-	100,00%
TOTAL		21.493.538.512	100,00%	-

3.2 – Metodologia

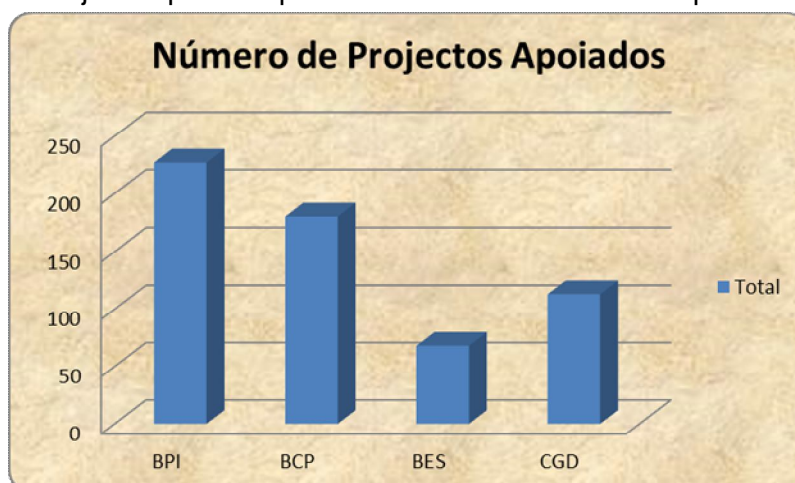
Definida a amostra, realizou-se um estudo empírico em que se inventariou as práticas de responsabilidade social praticadas pelos bancos, através da análise dos relatórios e contas, dos relatórios de sustentabilidade e páginas webs, para que num segundo estudo procurar estabelecer uma correlação entre as instituições beneficiárias de apoios e a predisposição de abertura de conta bancária.

Seguidamente, procurou-se, também, identificar as instituições que têm sido apoiadas pelas políticas de responsabilidade social por parte dos bancos, no âmbito do seu envolvimento com a comunidade.

3.3 – Resultados

O total de projetos apoiado foi de 588, sendo a maior parte são da responsabilidade do BPI (39%), seguido do BCP (31%) e da Caixa Geral de Depósitos (19%), e por fim o BES que representa pouco mais de 10% do total dos projetos apoiados, conforme está patente no Gráfico nº 1.

Gráfico nº 1 – Projetos apoiados pelos Bancos no âmbito da Responsabilidade Social

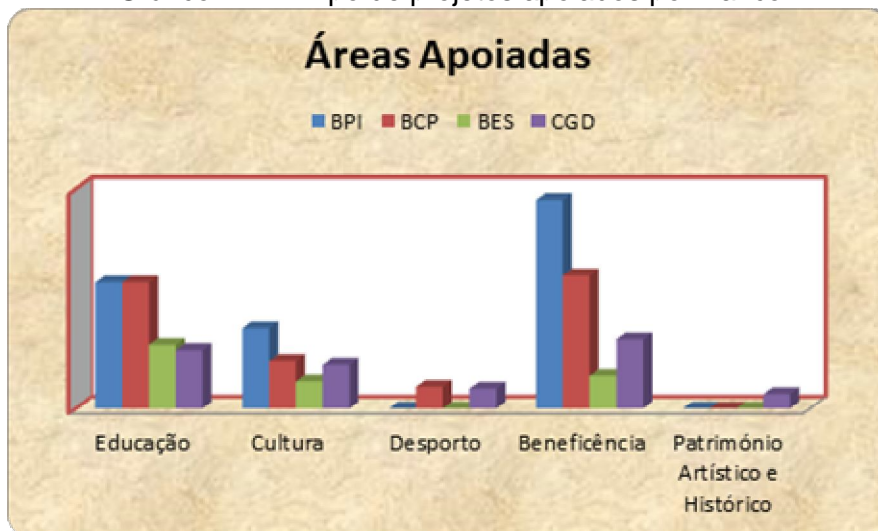


Os bancos objeto de estudo apoiam projetos de cinco áreas diferentes, sendo de destacar a área da beneficência (com 243 projectos, que corresponde a 41% do total), seguida das áreas da educação (com 205 projetos, que corresponde a 35% do total),

da cultura (com 109 projetos, que corresponde a 19 % do total), do desporto (com 23 projetos, que corresponde a 4% do total) e, finalmente, do património artístico e histórico (8 projetos, 1%).

Verifica-se que cada banco privilegia uma área de apoio no âmbito da responsabilidade social, sendo que o BPI dá clara preferência pela beneficência e educação (com 50 % e 30 % do total do banco), o BCP dá primazia igualmente pela beneficência e educação (com 41 % e 38 % do total do banco), o BES (com 51% na Educação e 26 % do total do banco pela Beneficência) e a CGD (com 34 % e 28 % do total do banco), como está patente no Gráfico nº 2.

Gráfico nº 2 – Tipo de projetos apoiados por Banco



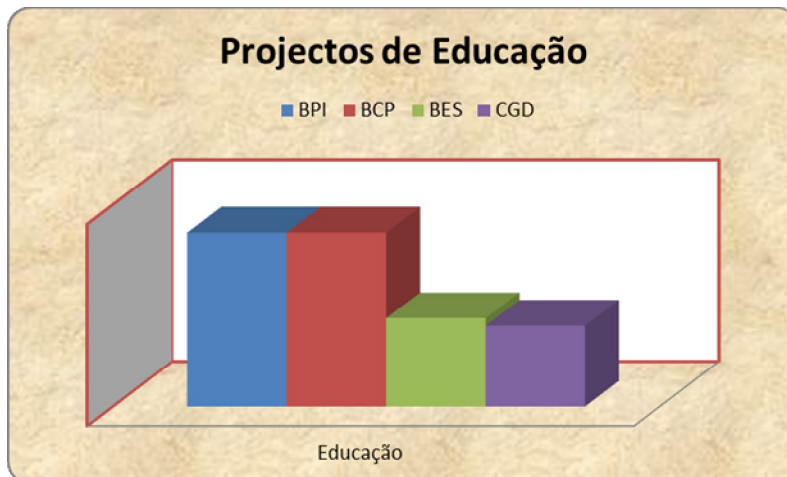
O banco que mais apoia os projetos na área da beneficência é o BPI (com 114, que corresponde a 47% do total desta área), seguido do BCP (com 73 iniciativas, que equivale a 30%) e, com menor impacto a CGD e o BES (com 38 e 18 projetos, 16% e 7%, respetivamente), como ilustra o Gráfico nº 3.

Gráfico nº 3 – Projectos na área da Beneficência, por Banco



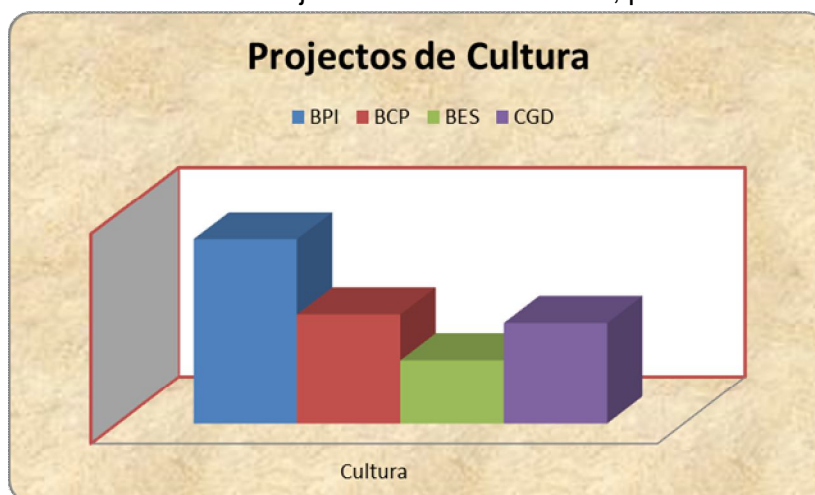
O BCP e o BPI apoiaram o mesmo número de projetos na área da educação (69 – 34%), enquanto os outros dois bancos BES e CGD apoiaram, apenas, 35 e 32 (17% e 16%), respectivamente, na área da educação, conforme Gráfico nº 4.

Gráfico nº 4 – Projetos na área da Educação, por Banco



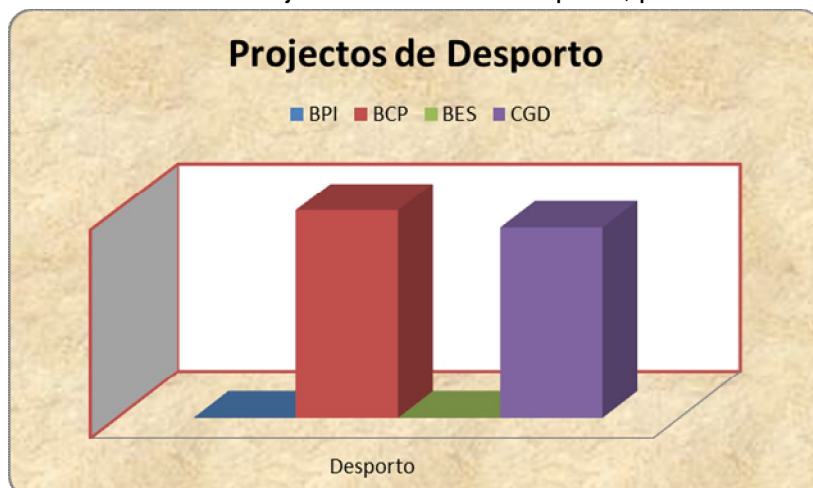
No que se refere aos projetos na área da cultura é o BPI quem apoia maior número de projetos (29, que corresponde a 40%), seguido pelo BCP e CGD com 24 (22%) e do BES com 15 (14%), que está ilustrado no Gráfico nº 5.

Gráfico nº 5 - Projetos na área da Cultura, por Banco



No que se refere à área de desporto, os projetos apoiados foram-no pelo BCP 12 projetos e 52% e CGD 11 (48%), que está patente no Gráfico nº 6.

Gráfico nº 6 - Projetos na área da Desporto, por Banco



Finalmente, uma última referência, apenas, a CGD apoiou projetos na área artística e histórica, num total de 8, que represente

Conclusão

A crescente importância das questões sociais e ambientais tem influenciado o quotidiano de todos. Existe um esforço para mudar comportamentos éticos, sociais e ambientais em função da sociedade onde estão inseridas. Todos são influenciados e todos influenciam a sociedade onde atuam (Deegan, 2002).

As empresas são obviamente, parte desse todo e, também, elas se tentam adaptar a todas estas novas preocupações e exigências.

Face à crescente globalização dos negócios, as questões económicas, políticas, sociais e culturais estão cada vez mais relacionadas e têm cada vez maior impacto na tomada de decisão das empresas.

Actualmente, o mundo empresarial caracteriza-se mais pela forte concorrência do que pela diferenciação dos produtos. Neste sentido também, os stakeholders têm vindo a dar maior atenção às ações praticadas pela empresa, se esta tem comportamento ético, social e ambientalmente responsável (Unerman, 2000).

A RSE é um tema muito atual e de crescente interesse. Devido ao facto de não se limitar unicamente a questões éticas e ao cumprimento das obrigações legais, ainda não tem uma definição clara e consensual (Moura, 2004). Pode-se no entanto dizer, que a RSE consiste na “preocupação com o impacto de todas as atividades da empresa sobre o bem-estar total da sociedade” (Bowman e Haire, 1976, p. 13).

A tendência para adoção de políticas de RSE, em Portugal tem vindo a seguir a de aumento do resto do mundo e o setor bancário português não é exceção. Tendo em conta uma amostra de bancos representativos do setor bancário português, listaram-se os projetos apoiados por cada um no triénio 2008/2010, no âmbito das políticas de RSE definidas para a Comunidade.

Constou-se que a maioria da banca portuguesa apoia diversas iniciativas com naturezas distintas, sendo as de maior relevo as relativas à beneficência, seguida da educação, representando ambas, cerca de 76%.

Os bancos que mais apoiaram ou desenvolveram políticas de RSE, no período de 2008/2010, foram o BPI e o BCP.

Bibliografia

- Amaral, Ana (2012): A Influência da RSE na Escolha do Banco, Dissertação de Mestrado, ESCE/IPS, Setúbal.
- Andrioff, J., Mcintosh, M. (2001): *Perspectives on corporate citizenship*. London: Greenleaf Publishing.c
- Banco Comercial Português (2008): Relatório e Contas do BCP, BCP.
- Banco Comercial Português (2009): Relatório e Contas do BCP, BCP.
- Banco Comercial Português (2010): Relatório e Contas do BCP, BCP.
- Banco Espírito Santo (2008): Relatório e Contas do BES, BES.
- Banco Espírito Santo (2009): Relatório e Contas do BES, BES.
- Banco Espírito Santo (2010): Relatório e Contas do BES, BES.
- Banco Português de Investimentos (2008): Relatório e Contas de do BPI, BPI.
- Banco Português de Investimentos (2009): Relatório e Contas de do BPI, BPI.
- Banco Português de Investimentos (2010): Relatório e Contas de do BPI, BPI.
- Belkaoui, A., Karpik, G. (1989). Determinants of the corporate decision to disclose social information. *Accounting, auditing and accountability Journal*, vol.2, nº1, p.36-51.
- Bowen, H. (1957). *Responsabilidades sociais do Homem de negócios*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. p. 14 e 15.
- Branco, M., Rodrigues, L. (2006). Communication of corporate social Responsibility by Portuguese Banks: A Legitimacy Theory Perspective. *Corporate Communication: An International Journal*, Vol 11, Nº 3, p.232-248.
- Branco, M., Rodrigues, L. (2008). Factors Influencing, Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. *Journal of Business Ethics*.
- Caixa Geral de Depósitos (2008): Relatório e Contas de da CGD, CGD.
- Caixa Geral de Depósitos (2009): Relatório e Contas de da CGD, CGD.
- Caixa Geral de Depósitos (2010): Relatório e Contas de da CGD, CGD.
- Comissão Europeia (2001): *Livro Verde – Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas (Versão Portuguesa)*. Comissão das Comunidades Europeias. Bruxelas.
- Carroll, A., Buchholtz, K. (2000). *Business and society: ethics and stakeholder management* (4ª ed.). Cincinnati: South-Western College.
- Clarke, J. (1998). Corporate social reporting: an ethical practice.
- Cormier, D. e Gordon, M. (2001). An examination of social and environmental reporting strategies. *Accounting, auditing and accountability Journal*, vol.14, nº5, p.587-616.
- Cormier, D. e Magnan, M. (2003). Environmental reporting management: a continental European perspective. *Journal of accounting and public policy*, nº22, p.43-62.
- Deegan, C. (2002). The legitimizing effects of social and environmental disclosures: a theoretical foundation. *Accounting, auditing and accountability Journal*, vol.15, nº3, p.282-312.
- Donaldson, T., Preston, L. (1995). The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence and implications. *Academy of Management Review*, vol.20, p. 65-91.
- Freedman, M., Jaggi, B. (1998). An analysis of the association between pollution disclosure and economics performance. *Accounting, auditing and accountability Journal*, vol. 1, nº 2, p.43-58.
- Freeman, C. (1988). *The economics of industrial innovation*. Harmondsworth: Penguin Books Ltda.
- Freeman, R., McVea, J. (2001). *A Stakeholder approach to strategic management*. Blackwell business publisher.
- Friedman, M. (1998). The social responsibility of business is to increase its profits.
- Friedman, L., Miles, S. (2001). Socially responsible investment and corporate social and environmental reporting in the UK: An exploratory study. *British Accounting Review*, Vol. 33, No. 4.

Galbreath, J. (2005). Which resources matter the most to firm success? An exploratory study of resource-based theory. *Technovation*, vol.25, p.979-987.

Global Reporting Initiative (2007). Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade. Versão 3.0. Disponível em: 20, Fevereiro, 2011, em: <http://www.globalreporting.org/NR/rdonlyres/4855C490-A872-4934-9E0B-8C2502622576/5288/DiretrizesG3.pdf>

Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of the Literature and a Longitudinal Study of UK disclosure, *Accounting auditing and accountability Journal*, Vol.8, nº 2.

Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995a). Methodological themes: Constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*.

Guthrie, J., Parker, D. (1989). Corporate social reporting: A rebuttal of legitimacy theory. *Accounting and Business Research*, Vol. 9, nº 76.

Guthrie, J., Parker, D. (1990). Corporate social disclosure practice: A comparative international analysis. *Advances in Public Interest Accounting*, Vol.3.

Holmes, R., Watts, P. (2000). Corporate Social Responsibility: making good business sense", *World Business Council for sustainable Development*, Geneva.

Logsdon, M., Palmer, R. (1988). Issues management and ethics. *Journal of Business Ethics*, vol.7, p. 191-198.

Matten, D., Crane, A.,Chappel, W. (2003). Behind the mask: revealing the true face of corporate citizenship, *Journal of Business Ethics*, vol. 45, p.109-120.

Mathews, A. (2002). A resource-based view of Shumpeterian economics dynamics. *Journal of evolutionary Economics*, vol.12, nº1e 2, p.29-54.

Roberts, W. (1992). *Determinants of corporate social responsibility disclosure: an application of stakeholder theory*. *Accounting, organizations and society*, Vol.17, nº6, p. 595-612.

Roque, V., Cortez, M. (2006). A divulgação de informação Ambiental e a Performance Financeira das empresas cotadas de Portugal. *Revista de estudos Politécnicos*, Vol III, nº 5 e 6.

Suchman, M.(1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, vol.29, nº 3.

Tilling, E. (1998). *Refinements to legitimacy theory in a social and environmental accounting*. South Australia: Flinders University.

Ullmann, E, (1985). Data in search of a theory: A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure and economic performance of U.S. firms. *Academy of management review*, vol.10, nº3, p.540-557.

Watts, R, Zimmerman, J. (1990). Positive Accounting theory: A ten year perspective. *The Accounting Review*, vol. 65, nº 1, p. 131-156.

Watson, A., Shrives, P., Marston, C. (2002). Voluntary Disclosure of Accounting Ratios in UK. *British accounting review*, vol.34, p.289-313.

Wood, D. (1991). Corporate performance revisited. *Academy of Management Review*, vol. 16, p. 691-718.

Zéghal, D., Ahmed, A. (1990). Comparison of Social Responsibility Information Disclosure Media used by Canadian Firms. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol.3, Nº1.