

A importância das Políticas de Responsabilidade Social na Banca Portuguesa num contexto de crise

Francisco Carreira, francisco.carreira@esce.ips.pt (Instituto Politécnico de Setúbal)¹,

Ana Amaral, ana.amaral@netcabo.pt e

Fernanda Pereira, fernanda.pereira@ipbeja.pt (Instituto Politécnico de Beja)

RESUMO

Em trabalhos anteriores analisámos a Responsabilidade Social na Banca Portuguesa. Elaborámos uma imagem das áreas e do trabalho desenvolvido por este sector de actividade no que se refere à Responsabilidade Social, o que nos leva a dar conta da evolução que o mesmo sofreu num contexto de crise, em que a banca é chamada a dar resposta a um conjunto de problemas.

Manteve-se a amostra de bancos portugueses no período subsequente aos anos já analisados e analisámos a forma como essas práticas se mantiveram ou alteraram.

As práticas de Responsabilidade Social neste sector seguiram uma linha de actuação estratégica que desde o início dos anos sessenta do século XX tem tido lugar e que se consubstancia em 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, bem como a prática frequente em alguns países do Relato Integrado.

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

ABSTRACT

In earlier work we analyzed the Social Responsibility in Portuguese Banking. Drew up a picture of the areas and of the work of this sector with regard to CSR, which leads us to give an account of evolution that it suffered during a crisis, in which the bank is required to meet a set of problems.

Remained a sample of Portuguese banks in the period subsequent to the years already analyzed and examined how these practices are maintained or changed.

The Social Responsibility practices in this sector followed a strategic line of action since the beginning of the sixties of the twentieth century have taken place and which is embodied in numerous CSR initiatives in the USA , in Europe and in Portugal . It should be noted the creation of the GRI and the publication of the Green Paper of the European Council on the environment as well as the common practice in some countries of Integrated Reporting.

Key words: CSR; GRI; Social Responsibility; Reporting

Introdução

O actual contexto em que se move a Banca Portuguesa, de quase total privatização, leva a que a concorrência entre os mesmos se faça também pela forma como gerem a sua actividade e a transparência com que passam a informação sobre *Governance* passa para a Sociedade.

Pelo exposto, é da maior importância que se conheçam as actividades desenvolvidas pelos Bancos no âmbito da Responsabilidade Social e aferir da importância das políticas de R.S.E. num contexto de crise.

Dos vários estudos consultados e que serviram de base e de enquadramento a este artigo importa realçar que de uma forma geral os bancos estão a dar cada vez maior importância às questões da Responsabilidade Social, bem como ao relato das mesmas. É

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 perspectiva 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 caráter 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 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 2011-2013, n sequência de um estudo empírico que realizámos para o período de 2008-2010 (Carreira et al,2013) que corresponde ao período de crise financeira vivido na Europa, e sobretudo em Portugal.

O universo, mantém-se idêntico ao que foi estudado no período 2008-2010 e tem por base o regime geral das instituições de crédito e sociedades financeiras (o qual é regulado pelo Decreto-Lei n~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.

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

3.3. As políticas de RSE na banca portuguesa

O processo de privatizações teve início 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.

No período agora estudado a Banca Portuguesa passou por momentos de grande agitação e de grandes restrições à sua actividade, em virtude do controle das Instancias Internacionais

3.4. Metodologia

Optámos por utilizar como amostra os mesmos Bancos (BES,CGD,BPI e BCP) que tinham sido avaliados no estudo empírico anteriormente realizado (Carreira et al, 2013). A informação foi obtida através da análise de conteúdos do Relatório de Contas de cada uma das entidades que foram analisados em estudo anterior.

Os diferentes Relatórios de Contas e de Sustentabilidade ou de Responsabilidade Social, tem formas relativamente diferentes de relatar as práticas de R.S.E., embora seja nítida a convergência para a utilização dos termos e dos indicadores preconizados no GRI.

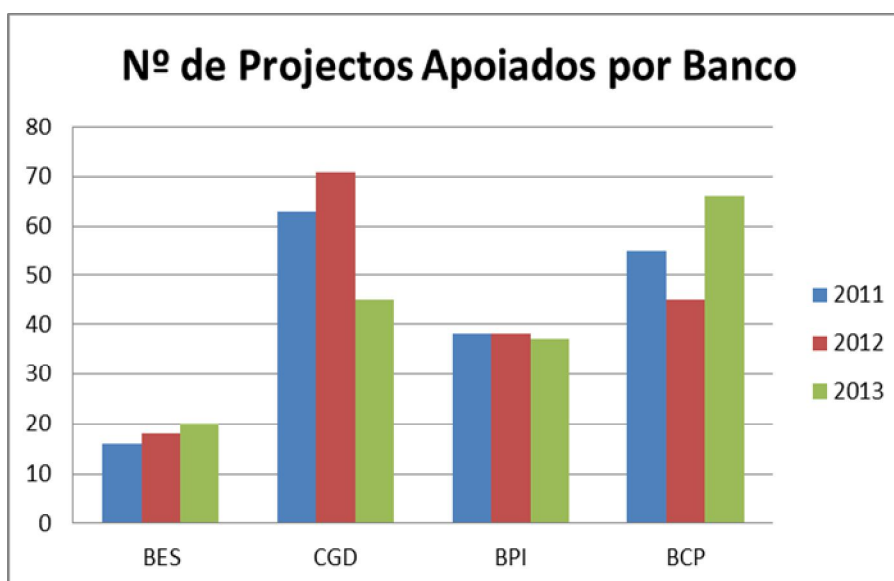
Identificámos as 5 áreas consideradas por todos como dimensões estratégicas e em que existiam projectos apoiados, através de participações financeiras ou de voluntariado corporativo.

3.5. Análise dos Resultados

Depois de analisados os Relatórios e Contas dos anos de 2011, 2012 e 2013 dos Bancos BPI, BES, CGD e BCP identificámos como coincidentes em todos os Bancos 5 dimensões estratégicas: Cultura; Ciência e Inovação; Literacia Financeira e Educação; Solidariedade e Biodiversidade e Alterações Climáticas.

Apesar de a designação utilizada em alguns relatórios não ser literalmente igual às que aqui utilizamos, optámos por utilizar as 5 dimensões referidas por reflectirem aspectos similares.

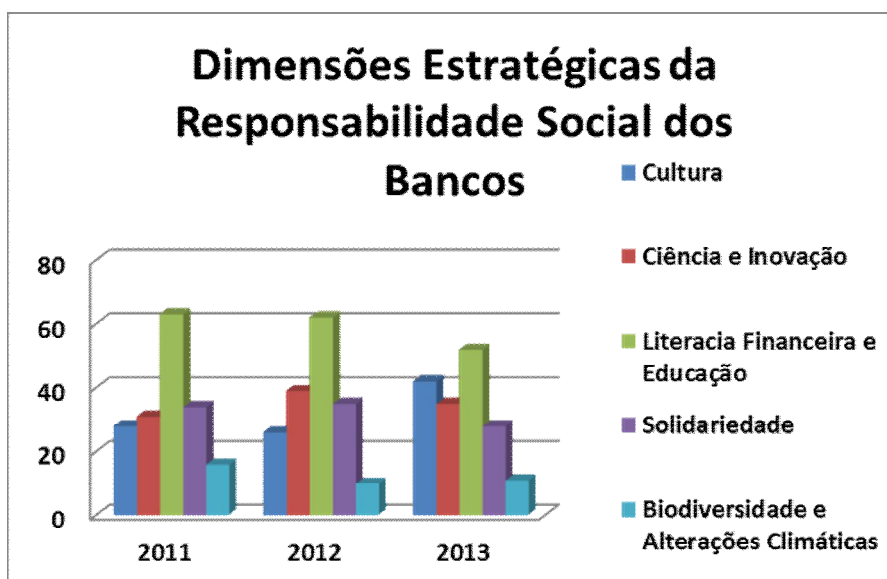
Gráfico 1- Número de Projectos Apoiados por Banco



O Banco que apoiou maior número de projectos foi a CGD, 35% do total, seguido do BCP com 32% e do BPI com 22%. Dos 512 projectos apoiados o BES apenas contribui com 11%, embora a sua actividade nesta área seja crescente, tal como o BCP. A actividade do BPI tem sido a mais regular entre todos os Bancos, tendo mantido o mesmo número de projectos apoiados em 2011 e 2012 (38), apenas baixou em 2013 para 37, o que não é significativo.

De acordo com o estudo anteriormente levado a efeito (Carreira et al; 2013) o BPI desceu de 39 % para 32%, o BCP subiu de 31% para 32% a Caixa Geral de Depósitos de 19 % para 35% e o BES passou de 10% para 11%.

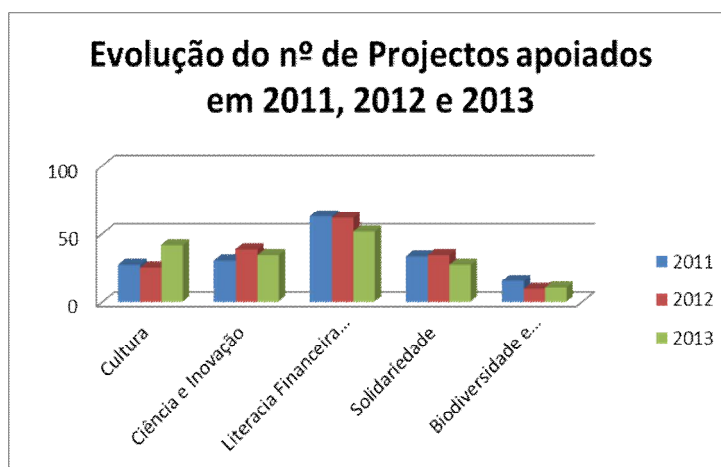
Gráfico 2- Nº Projectos Projectos apoiados por Dimensão Estratégica



Verifica-se que em todos os anos a Dimensão Estratégica que obtém maior número de projectos apoiados é a Literacia Financeira. O número de projectos apoiado em cada um

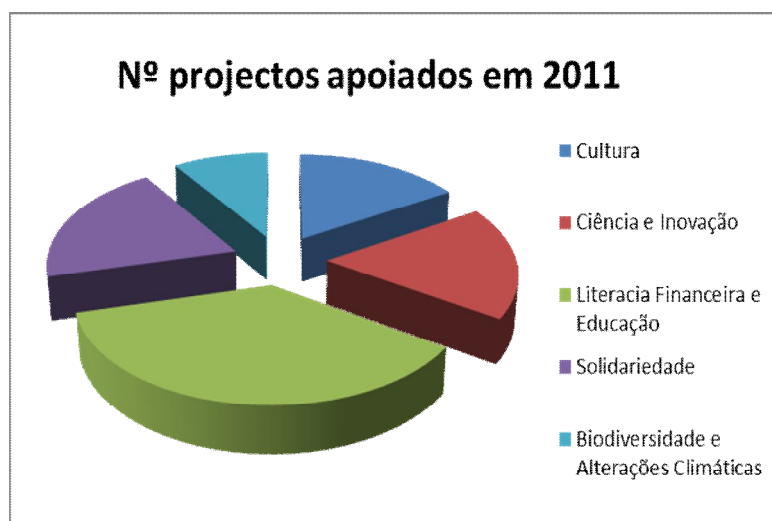
dos anos é sensivelmente o mesmo, alternando ligeiramente o segundo lugar entre Projectos de Ciência e Inovação e Projectos na área da Cultura.

Gráfico 3 - Nº Projectos Projectos apoiados por Dimensão Estratégica



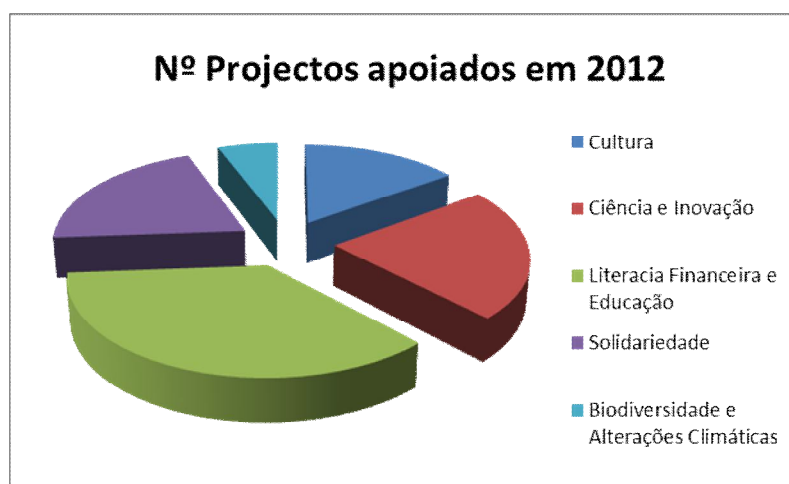
Pela análise do Gráfico acima, podemos verificar que à excepção dos Projectos apoiados na área da Cultura, existe uma tendência decrescente no número de projectos apoiados ao longo destes três anos em análise. Este facto não será de estranhar, tendo em conta o contexto de crise que se viveu no país ao longo deste triénio e os problemas de liquidez que foram sentidos pela Banca ao longo do mesmo.

Gráfico 4 - Nº Projectos Projectos apoiados em 2011 por Dimensão Estratégica



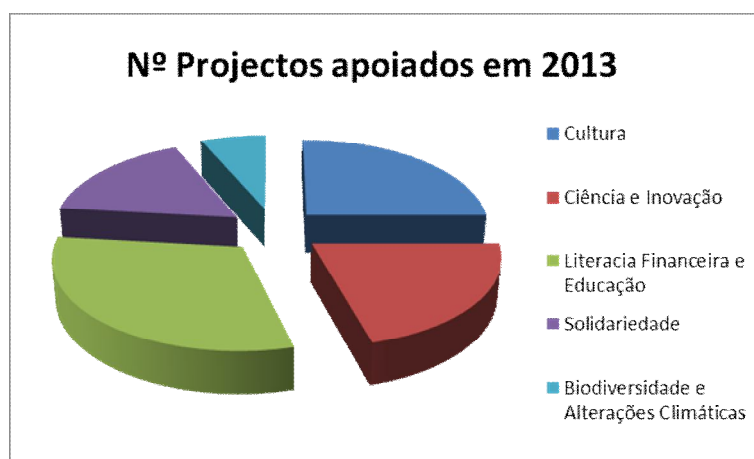
No ano 2011, os Projectos relacionados com a Literacia Financeira e com a Educação formaram a maior fatia dos gastos que a Banca levou a cabo na área da Responsabilidade Social. Tratou-se do início de um período em que a necessidade de reeducação financeira era uma prioridade perante o contexto que se vivia.

Gráfico 5- Nº Projectos Projectos apoiados em 2012 por Dimensão Estratégica



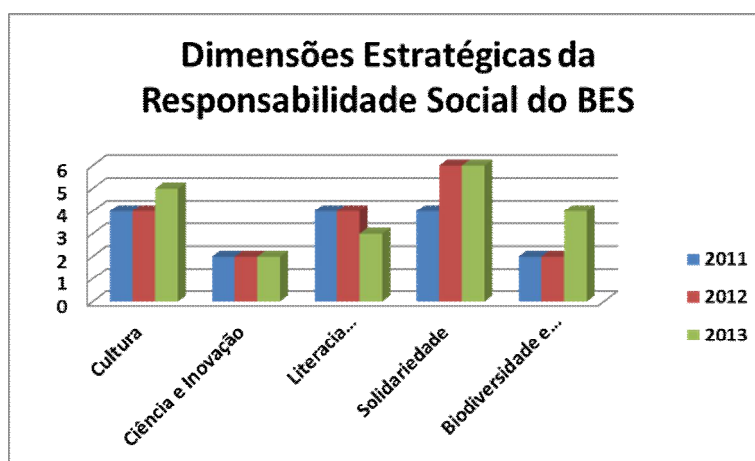
No ano de 2012 existiu uma pequena redução no apoio a projectos de Biodiversidade e Alterações Climáticas por oposição a um aumento do número de projectos de Ciência e Inovação apoiados. Esta alteração na política global dos Bancos revela uma apetência maior para a formação dos indivíduos no que se refere à sua relação com a Banca e com a investigação científica.

Gráfico 6- Nº Projectos Projectos apoiados em 2013 por Dimensão Estratégica



Em 2013 existe um equilíbrio relativamente maior entre as diferentes dimensões apoiadas. O número de projectos de Ciência e Inovação apoiados é praticamente idêntico ao número de projectos apoiados na área da Cultura, apesar do maior número pertencer à área de Literacia Financeira e Educação.

Gráfico 7 – Projectos apoiados pelo BES



A actividade do BES em matéria de Responsabilidade Social tem maior expressão nos projectos de Solidariedade e Cultura, em especial nos dois últimos anos. Relativamente ao período anteriormente estudado existe uma alteração de opção por parte do BES. Passou a ser uma prioridade apoiar mais projectos de Solidariedade. Os projectos de Literacia Financeira, e Ciência mantêm números relativamente constantes ao longo do período em estudo.

Gráfico 8 - Projectos apoiados pela CGD



A CGD, fruto da relação privilegiada que tem com diversas Instituições de Ensino Superior, continua a privilegiar o apoio a Projectos de Ciência e Inovação, bem como a Projectos Literacia Financeira e Educação. É também realçar a importância que a CGD atribui aos projectos de voluntariado, que por uma questão de opção metodológica estão inseridos nesta dimensão estratégica e que no caso em apreço representam uma quota importante.

Gráfico 8 - Projectos apoiados pelo BPI



A actividade do BPI em matéria de Responsabilidade Social tem maior expressão nos projectos de Cultura e projectos de Ciência, em especial nos dois últimos anos. Relativamente ao período anteriormente estudado importa realçar que a importância dada às questões Culturais vem de trás e faz parte da matriz cultural do Banco. Os projectos de Literacia Financeira e Solidariedade mantêm números relativamente constantes ao longo do período em estudo.

Gráfico 9 - Projectos apoiados pelo BCP



No que se refere à actividade do BCP em matéria de Responsabilidade Social existem alterações de dimensão estratégica que resultam de opções internas conjugadas com a situação económica nacional e internacional. Só assim se justifica o aumento de número de projectos de Literacia e de Cultura apoiados, pese embora os valores não sejam muito significativos.

Conclusão

A crise financeira em que a Europa mergulhou e da qual Portugal não se pode alhear obrigou as empresas e por maioria de razão as entidades financeiras a uma atitude de maior atenção à Sociedade, implicando 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).

A Globalização e a facilidade com que as empresas de todos os sectores de actividade, em especial da área financeira fazem trocas comerciais implicam que as atitudes passem a ser globais. Os stakeholders, que passaram a ser de qualquer país, 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, em especial para a área financeira, sobre a qual estão todas as atenções. Sobre o estudo empírico que aqui apresentamos e que reflecte a situação dos maiores Bancos, no período de 2011-2013 podemos concluir que a actividade de Responsabilidade Social é cada vez maior, bem como o esforço em relatá-la adequadamente.

A tendência é de relatar de acordo com as normas GRI e num futuro muito próximo o mais comum será certamente o Relato Integrado.

Da análise que realizamos para este período (2011-2013), conclui-se que a maior parte dos projectos apoiados é da área da Literacia Financeira e da Educação (35%) seguido dos projectos na área da Ciência (21%), seguido em igual percentagem da Cultura e da Solidariedade (19%) e 7% de Projectos de Biodiversidade.

Em suma podemos concluir que a tendência de prática de Responsabilidade Social e do seu Relato se mantém ao longo do período em estudo (2011-2013), na sequência do que já tinha acontecido no anterior período estudado (2008-2010).

Bibliografia

- Andrioff, J., McIntosh, M. (2001). Perspectives on corporate citizenship. London: Greenleaf Publishing.c
- Banco Comercial Português (2012): Relatório e Contas 2011
- Banco Comercial Português (2013): Relatório e Contas 2012
- Banco Comercial Português (2014): Relatório e Contas 2013
- Banco Espírito Santo (2012): Relatório e Contas de 2011
- Banco Espírito Santo (2013): Relatório e Contas de 2012
- Banco Espírito Santo (2014): Relatório e Contas de 2013
- Banco Português de Investimentos (2012): Relatório e Contas de 2011
- Banco Português de Investimentos (2013): Relatório e Contas de 2012
- Banco Português de Investimentos (2014): Relatório e Contas de 2013
- 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, N° 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 (2012): Relatório e Contas de 2011
- Caixa Geral de Depósitos (2013): Relatório e Contas de 2012
- Caixa Geral de Depósitos (2014): Relatório e Contas de 2013
- Carreira, F. et al (2013) O impacto das políticas de responsabilidade social na banca portuguesa, Comunicação apresentada no XVII Congresso da AECA, Pamplona
- 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* (4^a 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, n°5, p.587-616.
- Cormier, D. e Magnan, M. (2003). Environmental reporting management: a continental European perspective. *Journal of accounting and public policy*, n°22, p.43-62.
- Deegan, C. (2002). The legitimizing effects of social and environmental disclosures: a theoretical foundation. *Accounting, auditing and accountability Journal*, vol.15, n°3, 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, n° 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). *Directrizes 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, n° 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, ° 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 Rations 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, N°1.