

A Responsabilidade Social Corporativa na Indústria Extrativa em Portugal

Filipa Almeida Figueiredo

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em

Engenharia Geológica e de Minas

Orientador: Professora Doutora Ana Paula Alves Afonso Falcão Neves

Júri

Presidente: Professor Doutor António Jorge Gonçalves de Sousa

Orientador: Professora Doutora Ana Paula Alves Afonso Falcão Neves

Vogal: Engenheiro Alfredo Augusto Mendes Franco

Outubro de 2015

Agradecimentos

Agradeço à Professora Paula Falcão Neves, pelo apoio e disponibilidade, por ter acompanhado todo o trabalho desenvolvido com interesse e dedicação e por toda a confiança que sempre teve em mim.

Gostaria de expressar também o meu agradecimento a todos os Professores com quem tive o prazer de partilhar estes curtos cinco anos.

À DGEG, na pessoa da Eng.^a Patrícia Falé, por toda a disponibilidade e apoio à realização da presente dissertação.

Aos meus pais, pelo apoio e confiança incondicional, por tudo o que me ensinaram e continuam a ensinar, expresse o meu eterno agradecimento e admiração.

À minha irmã Rute, por ser a minha companheira e cúmplice, por me animar o dia-a-dia e pela constante partilha.

Aos meus avós, por serem o grande pilar da minha vida e pela transmissão dos grandes valores que sempre me inculcaram. Um agradecimento especial à minha avó que, apesar de não estar fisicamente comigo, partilha comigo cada segundo da minha vida.

Agradeço, também, à minha Tia Conceição, a minha terceira avó, que sempre esteve presente na minha vida. Nunca deixou que me faltasse nada e sempre me deu tudo o que tinha e o que não tinha. A sua dedicação para comigo é incondicional.

À Olívia, por ter sido sempre uma segunda mãe para mim, por tudo o que me dá, transmite e ensina.

À Filipa, por ser sempre a amiga presente em todos os momentos da minha vida. Obrigada por estares na minha vida há tanto tempo e espero que continues a fazer parte dela.

À Ana Guerra e ao Bruno Domingos, agradeço a sua amizade, carinho e atenção. Obrigada por terem partilhado esta jornada comigo.

A todos os meus amigos, agradeço o tempo passado juntos, a vossa amizade e confiança.

Ao Rafael, por ter estado sempre comigo e por fazer parte da minha vida. Agradeço-te profundamente o que fazes todos os dias por mim, não há palavras que o descrevam.

Resumo

A Responsabilidade Social Corporativa consiste na adoção de ações voluntárias, por parte das empresas, para que estas se tornem social e ambientalmente responsáveis, contribuindo para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo.

Cada vez mais a sociedade tem um papel preponderante na vida das empresas, condicionando-a, particularmente nas empresas da indústria extrativa, uma vez que a elas estão associados grandes impactes ambientais, económicos e sociais. Deste modo, considera-se que a Responsabilidade Social Corporativa possa melhorar a relação entre a sociedade e as empresas, atraindo investimentos, promovendo uma boa gestão ambiental e uma boa relação com as comunidades envolventes.

Pretende-se, assim, fazer uma caracterização da indústria extrativa portuguesa no que diz respeito à Responsabilidade Social Corporativa. Para tal, será implementada uma metodologia baseada em questionários.

Verifica-se que as empresas inquiridas têm adotado medidas isoladas de Responsabilidade Social Corporativa. No entanto, estas não fazem parte de um plano estruturado e, como tal, perdem os benefícios que poderiam retirar deste. Uma outra questão relevante é a inexistência de uma política de comunicação entre as empresas e a sociedade, nomeadamente, as empresas não mostram à sociedade o que fazem neste campo, estando a desaproveitar uma ferramenta poderosa de envolvimento e consentimento da mesma. Constatou-se também que as empresas dão maior importância às questões ambientais do que às questões sociais, muito provavelmente devido ao facto de a legislação portuguesa ser muito mais rigorosa com as questões ambientais do que com as questões sociais, apesar de a Responsabilidade Social Corporativa apenas contemplar as ações voluntárias que vão além do imposto por lei.

Palavras-chave

RSC, Ambiente, Sociedade, Economia, Indústria Extrativa, *Stakeholders*.

Abstract

Corporate Social Responsibility is the adoption of voluntary actions taken by companies, in order to become socially and environmentally responsible.

Increasingly, society has a leading role in corporate life, conditioning it, particularly the extractive industry companies, since they are associated with major environmental, economic and social impacts. Thus, it is considered that corporate social responsibility can improve the relationship between society and companies, attracting investment, promoting good environmental management and a good relationship with the surrounding communities.

It is intended, therefore, to make a characterization of the Portuguese mining industry with regard to Corporate Social Responsibility. For such a questionnaire-based methodology is implemented.

It is found that the surveyed companies have isolated measures of Corporate Social Responsibility. However, these are not part of a structured plan and thus lose the benefits that could derive from it. Another relevant issue is the lack of a communication policy between companies and society, companies do not show the company what they do in this field and are consequently wasting a powerful tool of involvement and consent of society. It was also found that companies give more importance to environmental issues than social issues, most likely due to the fact that the Portuguese legislation is much more rigid to environmental issues than social issues, although corporate social responsibility only contemplates the voluntary actions that go beyond what is imposed by law.

Key-words

CSR, Environment, Society, Economics, Extractive Industry, Stakeholders.

Índice

1.	Introdução	1
1.1	Justificação do tema a estudar	1
1.2	Objetivos	2
1.3	Estrutura e conteúdo do trabalho	2
2.	Enquadramento teórico	4
2.1	Responsabilidade Social Corporativa	4
2.2	As dimensões da RSC	9
2.3	Teoria dos <i>stakeholders</i>	12
2.4	A indústria extrativa	15
2.4.1	A indústria extrativa em Portugal.....	15
2.4.2	A RSC na indústria extrativa	18
2.5	RSC e as PME's	21
2.5.1	Definição de RSC pelas PME's	21
2.5.2	As especificidades das PME's.....	22
2.5.3	Benefícios da RSC nas PME's	23
2.5.4	Barreiras à RSC nas PME's	24
2.5.5	Atividades de RSC nas PME's	25
2.6	Modelo de gestão de RSC	26
3.	Metodologia	33
3.1	Justificação da metodologia adotada	33
3.2	Elaboração do questionário	34
3.3	População, amostra e obtenção dos dados	36
4.	Resultados e discussão	38
4.1	Análise dos dados	38
4.1.1	Caracterização das empresas.....	38
4.1.2	Responsabilidade Social Corporativa	42
4.1.3	Políticas do local de trabalho.....	47
4.1.4	Políticas ambientais.....	52
4.1.5	Políticas de mercado	59
4.1.6	Políticas relativas à comunidade	62
4.1.7	Valores da empresa	67
4.1.8	Perfis das empresas com e sem RSC	70
5.	Conclusões.....	72
6.	Trabalho futuro	74
	Referências Bibliográficas	75
	ANEXOS.....	79
	ANEXO A.....	80
	ANEXO B.....	88

Índice de Figuras

Figura 1 – Teorias de RSC.....	6
Figura 2 - Pirâmide de RSC, segundo Carroll (1991).	7
Figura 3 – <i>Stakeholders</i> de uma empresa (Fonte: Ranängen, 2013).....	13
Figura 4 – Aspectos da Teoria dos <i>stakeholders</i> (Fonte: Donaldson e Preston, 1995 <i>in</i> Prado, 2011)..	14
Figura 5 – Motivos da preocupação da disponibilidade de recursos mineiros (Fonte: Franco, 2014)...	16
Figura 6 – Localização das explorações das empresas inquiridas (Fonte: Questionário).....	39
Figura 7 – Tipo de negócio das empresas (Fonte: Questionário).....	39
Figura 8 - Dimensão das empresas (Fonte: Questionário).	40
Figura 9 – Dimensão das empresas vs. localização (Fonte: Questionário).....	41
Figura 10 - Respostas à questão III.1 (Fonte: Questionário).	43
Figura 11 - Respostas à questão III.2 (Fonte: Questionário).	45
Figura 12 - Respostas à questão III.3 e à questão III.4 (Fonte: Questionário).	47
Figura 13 - Respostas à questão IV.1 (Fonte: Questionário).....	48
Figura 14 - Respostas à questão IV.2 (Fonte: Questionário).....	48
Figura 15 - Respostas à questão IV.3 (Fonte: Questionário).....	51
Figura 16 - Respostas à questão IV.3.1 (Fonte: Questionário).....	52
Figura 17 - Respostas à questão IV.4 (Fonte: Questionário).....	52
Figura 18 - Respostas à questão V.1 (Fonte: Questionário).....	53
Figura 19 – Respostas à questão V.2 (Fonte: Questionário).	53
Figura 20 – Respostas à questão V.3 (Fonte: Questionário).	54
Figura 21 – Respostas à questão V.4 (Fonte: Questionário).	54
Figura 22 - Respostas à questão V.5 (Fonte: Questionário).....	55
Figura 23 - Respostas à questão V.6 (Fonte: Questionário).....	55
Figura 24 - Respostas à questão V.7 (Fonte: Questionário).....	57
Figura 25 - Respostas à questão VI.1 (Fonte: Questionário).....	60
Figura 26 - Respostas à questão VI.2 (Fonte: Questionário).....	60
Figura 27 - Respostas à questão VII.1 (Fonte: Questionário).....	62
Figura 28 - Respostas à questão VII.2 (Fonte: Questionário).....	63
Figura 29 - Respostas à questão VII.3 (Fonte: Questionário).....	65
Figura 30 - Respostas à questão VII.4 (Fonte: Questionário).....	65
Figura 31 - Respostas à questão VIII.1 (Fonte: Questionário).	68
Figura 32 - Respostas à questão VIII.2 (Fonte: Questionário).	68
Figura 33 – Respostas à questão VIII.3 (Fonte: Questionário).	70
Figura 34 – Empresas com e sem RSC (Fonte: Questionário).....	71

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Princípios fundadores da RSC.	6
Tabela 2 - Dimensões da RSC	10
Tabela 3 - Importância da indústria extrativa na Economia Nacional.	17
Tabela 4 – Critérios e indicadores de RSC.	31
Tabela 5 – Dimensão das empresas vs. localização.	42
Tabela 6 – Dimensão das empresas vs. tipo de negócio.....	42
Tabela 7 – Respostas à questão III.1 vs. localização.	43
Tabela 8 – Respostas à questão III.1 vs. tipo de negócio.....	44
Tabela 9 – Respostas à questão III.1 vs. dimensão das empresas.....	44
Tabela 10 – Respostas à questão III.2 vs. localização.	45
Tabela 11 – Respostas à questão III.2 vs. tipo de negócio.....	46
Tabela 12 – Respostas à questão III.2 vs. dimensão das empresas.....	46
Tabela 13 – Respostas à questão IV.2 vs. localização	49
Tabela 14 – Respostas à questão IV.2 vs. tipo de negócio.	49
Tabela 15 – Respostas à questão IV.2 vs. dimensão das empresas.	50
Tabela 16 – Respostas à questão V.6 vs. localização.	56
Tabela 17 – Respostas à questão V.6 vs. tipo de negócio.	56
Tabela 18 – Respostas à questão V.6 vs. dimensão das empresas.	57
Tabela 19 – Respostas à questão V.7 vs. localização.	58
Tabela 20 – Respostas à questão V.7 vs. tipo de negócio.	58
Tabela 21 – Respostas à questão V.7 vs. dimensão das empresas.	59
Tabela 22 – Respostas à questão VI.2 vs. localização.	61
Tabela 23 – Respostas à questão VI.2 vs. tipo de negócio.	61
Tabela 24 – Respostas à questão VI.2 vs. dimensão das empresas.	62
Tabela 25 – Respostas à questão VII.2 vs. localização.	63
Tabela 26 – Respostas à questão VII.2 vs. tipo de negócio.	64
Tabela 27 – Respostas à questão VII.2 vs. dimensão das empresas.	64
Tabela 28 – Respostas à questão VII.4 vs. localização.	66
Tabela 29 – Respostas à questão VII.4 vs. tipo de negócio.	66
Tabela 30 – Respostas à questão VII.4 vs. dimensão das empresas.	67
Tabela 31 – Respostas à questão VIII.2 vs. localização.	69
Tabela 32 – Respostas à questão VIII.2 vs. tipo de negócio.	69
Tabela 33 – Respostas à questão VIII.2 vs. dimensão das empresas.	70

Abreviaturas

DGEG	Direção Geral de Energia e Geologia
ENRG-RM	Estratégia Nacional para os Recursos Geológicos – Recursos Minerais
ONG's	Organizações Não-governamentais
PME's	Pequenas e Médias Empresas
PWC	Pricewaterhouse Coopers
RSC	Responsabilidade Social Corporativa

1. Introdução

Neste capítulo pretende-se fazer uma justificação do tema a estudar, bem como estabelecer todos os objetivos a atingir com a presente dissertação e, ainda, dar a conhecer a estrutura e o conteúdo do trabalho.

1.1 Justificação do tema a estudar

Num contexto de mudança constante e com uma sociedade cada vez mais exigente, a Responsabilidade Social Corporativa pode ser fundamental para o desempenho das empresas. Cada vez mais a sociedade tem interesse relativamente a este tema e uma expectativa cada vez maior em relação ao contributo que as empresas podem dar e proporcionar às comunidades onde se inserem, para o ambiente e principalmente para as fracas economias locais.

As pessoas tendem a valorizar mais as empresas que adotem um comportamento social e ambientalmente responsáveis, pois estas têm cada vez mais uma maior preocupação com as questões sociais e ambientais. Assim, a tendência será escolherem este tipo de empresas quando pretenderem comprar um produto ou serviço em detrimento daquelas que não têm qualquer ação de RSC.

A indústria extrativa tem uma importância fundamental na economia mundial, uma vez que é esta que fornece as matérias-primas e a energia necessárias às outras indústrias. No entanto, na maioria das vezes esta não é bem-vista pela sociedade devido aos grandes impactos que sempre acarreta.

É neste contexto de falta de confiança relativamente ao sector mineiro que a RSC surge como forma de melhorar o desempenho destas empresas a nível económico, social e ambiental e, desta forma ajudá-las a responder a uma sociedade cada vez mais consciente e exigente no que toca a questões sobre sustentabilidade e práticas responsáveis. Assim sendo, é vital que as empresas acompanhem esta nova demanda da sociedade.

A realização desta dissertação na temática da Responsabilidade Social Corporativa surge da necessidade da indústria extrativa portuguesa corresponder a estas novas exigências mais limpas e mais responsáveis por parte da sociedade e de acompanhar uma tendência global, visto que as grandes economias mundiais já adotaram este conceito no seu modelo de negócio.

1.2 Objetivos

Com o presente trabalho pretende-se fazer uma caracterização da indústria extrativa portuguesa no que diz respeito à RSC, tendo como base a realização de um inquérito por questionário.

Para tal é necessário desenvolver um inquérito por questionário que permita retirar toda a informação necessária e relevante para o tema em estudo.

Posteriormente, pretende-se estabelecer relações entre as diversas variáveis estudadas, de modo a que o estudo fique o mais completo possível.

1.3 Estrutura e conteúdo do trabalho

O presente trabalho é constituído por seis capítulos.

O primeiro capítulo, a Introdução, justifica o tema a estudar, os objetivos do estudo e apresenta, ainda, a estrutura e conteúdo do trabalho.

O segundo capítulo corresponde ao Enquadramento Teórico e resulta da revisão bibliográfica realizada sobre a Responsabilidade Social Corporativa, em que se salientam as questões mais importantes desta temática, tendo em conta a investigação a realizar. Os temas abordados neste capítulo são a RSC, as várias dimensões da RSC, a Teoria dos *stakeholders*, uma caracterização da indústria extrativa, a relação existente entre as PME's e a RSC e, por fim, é feita uma abordagem aos modelos de gestão de RSC existentes.

O terceiro capítulo, designado por Metodologia, tem como objetivo justificar a metodologia adotada para este estudo, tendo especial atenção o inquérito por questionário. Posteriormente, é explicitada a elaboração do inquérito por questionário utilizado na investigação e, por fim, é analisada a população alvo, bem como a amostra e a forma como foram obtidos os dados.

No quarto capítulo, Resultados e Discussão, é feita a caracterização das empresas envolvidas no estudo, bem como, a análise e discussão detalhada aos resultados obtidos no inquérito por questionário.

O quinto capítulo, com a designação de Conclusões, apresenta as principais conclusões da investigação realizada, permitindo sintetizar a perceção das empresas da indústria extrativa portuguesa. Neste capítulo ainda são discutidas as principais limitações do estudo.

O sexto e último capítulo corresponde ao Trabalho Futuro e pretende dar a conhecer ideias para desenvolver no seguimento do tema desta dissertação de mestrado.

2. Enquadramento teórico

O objetivo principal deste capítulo é construir o enquadramento teórico do estudo. Tem por base uma revisão à literatura, permitindo definir as principais noções e conceitos relacionados com o tema da Responsabilidade Social Corporativa e ainda da indústria extrativa.

A literatura sobre RSC é relativamente extensa, o que revela haver um forte interesse sobre este tema por parte dos investigadores.

Este capítulo encontra-se dividido em seis secções principais.

A primeira secção introduz o tema da RSC, fazendo uma abordagem às várias definições propostas por alguns autores.

A segunda secção refere-se às dimensões interna e externa da RSC, mostrando a perspetiva da Comissão das Comunidades Europeias.

A terceira secção debruça-se sobre a relevância da teoria dos *stakeholders*.

A quarta secção caracteriza a indústria extrativa, fazendo alusão às suas especificidades, destacando-se a importância que este sector tem para a economia portuguesa, bem como dá a conhecer um pouco do que já é feito em termos de RSC na indústria extrativa no estrangeiro.

A quinta secção, pretende caracterizar a relação existente entre o conceito de RSC e as Pequenas e Médias Empresas, tentando clarificar a visão que este tipo de empresas tem do conceito, os benefícios e prejuízos que dela podem advir e o tipo de atividades implementadas por estas.

Por fim, a sexta secção refere-se aos modelos de gestão de RSC existentes e que podem ser usados pelas PME's da indústria extrativa.

2.1 Responsabilidade Social Corporativa

A RSC é um conceito que surgiu devido ao facto de as empresas quererem responder às novas exigências da sociedade, tais como, as novas preocupações e expectativas dos cidadãos, consumidores, autoridades públicas e investidores num contexto de globalização e de mutação industrial em larga escala, critérios sociais que possuem uma influência crescente sobre as decisões individuais ou institucionais de investimento, tanto na qualidade de consumidores como de investidores, a preocupação crescente face aos danos provocados no meio ambiente pelas atividades

económicas e, por fim, a transparência gerada nas atividades empresariais pelos meios de comunicação social e pelas modernas tecnologias da informação e da comunicação (Livro Verde, 2001).

Deste modo, a RSC é definida pela Comissão Europeia como sendo um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo.

As ações voluntárias são ações que vão muito além das obrigações legais. Assim, qualquer contrato existente entre as empresas e o Estado, ou entre as empresas e as comunidades adjacentes não pode ser considerado parte de um qualquer programa de RSC de uma empresa. Para além dos contratos, também os direitos dos trabalhadores e o cumprimento de limites ambientais não fazem parte dos programas de RSC, uma vez que estes são obrigatórios por lei.

No entanto, esta não é a única definição, pois conforme refere Mendes (2009) *in* Boas (2013), este é um conceito que está em constante mutação, uma vez que acompanha as tendências das organizações e as interpelações que a sociedade vai tendo e que vão acrescentando substância ao conceito. É, pois, um conceito em constante construção.

Na opinião de Frederick *et al.* (1988) *in* Magalhães (2009), a ideia de RSC tem por base a crença de que as empresas devem ter um papel mais participativo na sociedade, como forma de legitimarem a sua atuação. Esta posição tem por base dois princípios: o princípio da caridade e o da tutela. Esses princípios moldaram o pensamento dos executivos ao longo do século XX, transformando-se nos pilares da Responsabilidade Social Corporativa. O princípio da caridade defende que as empresas devem fornecer voluntariamente ajuda para as pessoas e grupos necessitados. Já o princípio da tutela incentiva as empresas a serem representantes dos interesses públicos, isto é, a integrarem na sua atividade esses interesses. Esta questão está sintetizada na Tabela 1.

Tabela 1 – Princípios fundadores da RSC (Fonte: Davis e Post, 1988 *in* Magalhães, 2009).

	Princípio da Caridade	Princípio da Tutela
Definição	As empresas devem fornecer voluntariamente ajuda para as pessoas e grupos necessitados.	As empresas devem agir como representantes públicos, devendo considerar os interesses de todos os que são afetados pelas suas decisões e políticas.
Expressão Moderna	<ul style="list-style-type: none"> - Filantropia Corporativa. - Ações voluntárias para promoverem o bem social. 	<ul style="list-style-type: none"> - A ideia de que existe uma forte interdependência entre a sociedade e a empresa. - A ideia de equilibrar as necessidades e os interesses dos diversos grupos sociais.
Exemplos	<ul style="list-style-type: none"> - Fundações Filantrópicas das empresas. - Iniciativas privadas para resolver problemas sociais. - Parcerias sociais com grupos de <i>stakeholders</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - A abordagem do <i>stakeholder</i> para o planeamento das estratégias corporativas. - Otimizar o lucro a longo prazo em vez de maximizar o lucro a curto prazo. - Abrandar as atitudes que visam apenas satisfazer os interesses próprios.

Já Garriga e Melé (2004) distinguiram quatro grupos diferentes de teorias sobre RSC que se encontram representados na Figura 1.

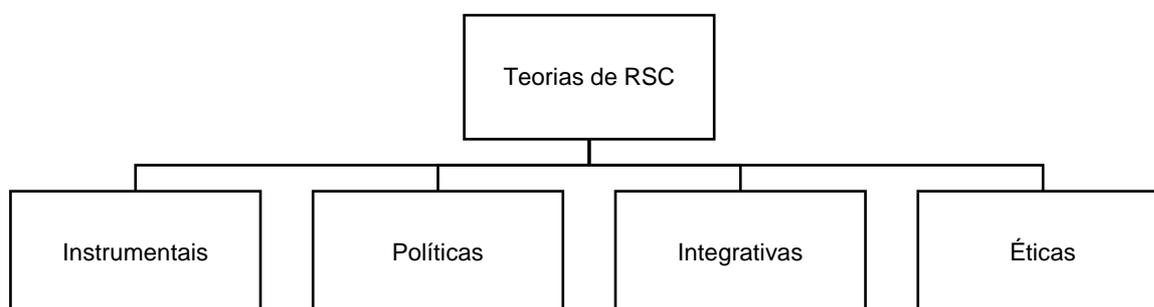


Figura 1 – Teorias de RSC.

Um primeiro grupo, denominado de teorias instrumentais, no qual se assume que a empresa é um instrumento de criação de riqueza, e que esta é a sua única responsabilidade social. Apenas o aspeto económico das interações entre as empresas e a sociedade é considerada. Assim, qualquer suposta atividade social é aceite se, e somente se, for consistente com a criação de riqueza.

Um segundo grupo, ao qual atribuíram o nome de teorias políticas, em que o poder social da empresa é enfatizado, especialmente na sua relação com a sociedade e a sua responsabilidade na política associada a este poder. Isto leva a empresa a aceitar direitos e deveres sociais ou a participar numa cooperação social.

Um terceiro grupo, conhecido por teorias integrativas, que inclui as teorias que consideram que os negócios devem integrar as tendências sociais. Normalmente costumam argumentar que o negócio depende da sociedade para a sua continuidade e crescimento e até mesmo para a existência dos próprios negócios.

Um quarto grupo de teorias, designado por teorias éticas, entende que a relação entre empresa e sociedade é baseada em valores éticos. Isto leva a que a RSC seja vista de uma perspectiva ética e, como consequência, as empresas deveriam aceitar responsabilidades sociais como uma obrigação ética acima de qualquer outra consideração.

Ainda de referir uma outra visão deste conceito, a de Carroll (1991), segundo este, a RSC é composta por quatro categorias: a económica, a legal, a ética e a discricionária. Estas devem organizar-se numa pirâmide única, em que o topo é composto pelas responsabilidades filantrópicas, seguido pelas éticas, posteriormente as legais, e na base da pirâmide estão as responsabilidades económicas, tal como é possível observar na Figura 2. Refere, ainda, que apesar de as responsabilidades estarem organizadas de uma forma piramidal, as empresas não devem olhar para estas sob uma ótica sequencial, mas sim tentar englobar todas em simultâneo.

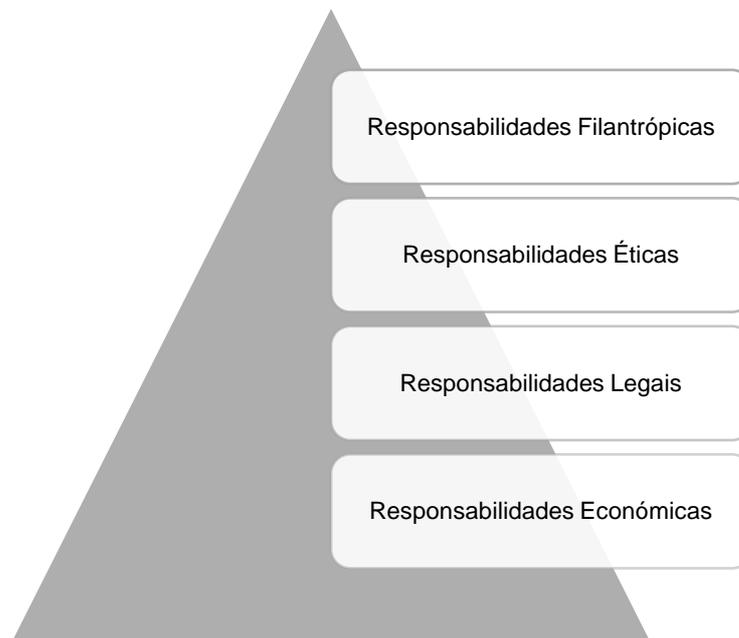


Figura 2 - Pirâmide de RSC, segundo Carroll (1991).

Carroll (1991) explica que a parte económica representa uma parte essencial do mundo dos negócios, uma vez que todas as outras funções empresariais são baseadas nesta e, muitas vezes alinhadas de acordo com a mesma. Tal categoria consiste em produzir de forma eficiente bens e serviços que a sociedade quer e deseja, a fim de maximizar lucros que possam garantir a continuidade dos negócios e o retorno do investimento para os seus acionistas.

Tanto a responsabilidade legal como a responsabilidade económica fazem parte do contrato social entre a empresa e a sociedade. Esta categoria inclui regras e obrigações sob as quais se espera que a empresa desempenhe a sua função económica, atendendo às expectativas sociais.

A responsabilidade ética é definida como a componente que orienta as outras categorias, de acordo com as expectativas sociais, devendo superar o que está estipulado pela lei.

A responsabilidade discricionária sugere a filantropia e inclui o arbítrio individual. Assim, as ações caracterizam-se por serem voluntárias e a decisão é guiada por um desejo da empresa em ocupar espaços no âmbito social que não são designados pela lei e, nem mesmo exigidos socialmente como comportamento ético. A essência da dimensão discricionária está no compromisso com o bem-estar social por meio da filantropia e envolvimento em projetos voluntários que estimulam a qualidade de vida da comunidade (Freire e Souza, 2010).

Já para Mohr *et al.* (2001) *in* Silva e Chauvel (2010), a RSC diz respeito ao compromisso da empresa em reduzir os impactos negativos e aumentar os impactos positivos para a sociedade.

Deste modo, como é possível constatar a RSC contempla diferentes visões, destacando-se as seguintes (Neto e Froes, 2004):

- Um conjunto de valores;
- Uma atitude e comportamento empresarial ético e responsável;
- Um exercício da capacitação profissional;
- Uma estratégia de integração social;
- Um exercício da consciência ecológica;
- Como promotora da cidadania individual e coletiva;
- Uma estratégia social de inserção na comunidade;
- Uma estratégia de valorização dos produtos/serviços;
- Uma estratégia de recursos humanos;
- Uma estratégia de valorização das ações da empresa (agregação de valor);
- Uma estratégia de marketing institucional;
- Uma estratégia de relacionamento;
- Uma postura estratégica empresarial.

O que mostra que, como referido anteriormente, é um conceito em construção e que por isso mesmo, procura adaptar-se às exigências e demandas da sociedade.

2.2 As dimensões da RSC

Na RSC o desempenho global, ligado ao respeito e preservação do meio ambiente, bem como a aplicação das melhores práticas sociais, é avaliado numa abordagem de longo prazo, baseada em três P's (*people, planet e profit*), e desenvolve-se em três componentes responsáveis: a social, a económica e a ambiental, por Rodrigues e Duarte (2012) *in* Gonçalves (2012).

Segundo a Comissão Europeia, a RSC é composta por duas dimensões: a interna e a externa.

A nível interno da empresa, as práticas socialmente responsáveis implicam, fundamentalmente, os trabalhadores e prendem-se com questões como o investimento no capital humano, na saúde, na segurança e na gestão da mudança, enquanto as práticas ambientalmente responsáveis relacionam-se sobretudo com a gestão dos recursos naturais, explorados no processo de produção. Estes aspetos possibilitam a gestão da mudança e a conciliação do desenvolvimento social com uma competitividade reforçada (Livro Verde, 2001 *in* Gonçalves, 2012).

O nível externo pressupõe que as ações vão além das fronteiras da organização, envolvendo na sua estratégia os acionistas, parceiros comerciais, fornecedores, clientes, autoridades públicas, ONG's e toda a comunidade envolvente.

A responsabilidade social de uma empresa ultrapassa, por isso, a esfera da própria empresa e estende-se à comunidade local, envolvendo, para além dos trabalhadores e acionistas, um vasto espectro de outras partes interessadas: parceiros comerciais e fornecedores, clientes, autoridades públicas e ONG's que exercem a sua atividade junto das comunidades locais ou no domínio do ambiente. Num mundo de investimentos multinacionais e de cadeias de produção globais, a responsabilidade social das empresas terá também de estender-se para além das fronteiras da Europa. A rápida globalização fomentou a discussão sobre o papel e o desenvolvimento de uma governação à escala planetária, para a qual contribui a definição de práticas voluntárias de RSC (Livro Verde, 2001 *in* Gonçalves, 2012).

Seguidamente apresentam-se na Tabela 2 as várias dimensões da RSC, de acordo com o Livro Verde da Comissão Europeia.

Tabela 2 - Dimensões da RSC (Fonte: Livro Verde, 2001 in Gonçalves, 2012).

Dimensões humanas (Internas)	Dimensões externas
<p data-bbox="312 331 660 360">Gestão de recursos humanos:</p> <p data-bbox="312 421 660 450">Aprendizagem ao longo da vida.</p> <p data-bbox="284 461 689 490">Responsabilização dos trabalhadores.</p> <p data-bbox="272 501 700 530">Melhor informação no seio da empresa.</p> <p data-bbox="193 542 780 613">Melhor equilíbrio entre a vida profissional, familiar e de tempos livres.</p> <p data-bbox="272 624 700 654">Maior pluralidade de recursos humanos.</p> <p data-bbox="193 665 780 736">Igualdade em termos remuneratórios e de carreira, no que concerne às mulheres.</p> <p data-bbox="213 748 759 819">Regimes de participação nos lucros e no capital da organização.</p> <p data-bbox="229 831 743 902">Preocupação em relação à empregabilidade e à segurança dos postos de trabalho.</p> <p data-bbox="272 913 700 943">Práticas de recrutamento responsáveis.</p>	<p data-bbox="983 394 1225 423">Comunidades locais:</p> <p data-bbox="826 483 1382 555">Integração adequada da organização na envolvente local.</p> <p data-bbox="815 566 1393 678">Contribuir para a vida das comunidades locais no que se prende com emprego, remunerações, benefícios e impostos.</p> <p data-bbox="826 689 1382 801">As organizações dependem da salubridade, estabilidade e prosperidade das comunidades onde operam.</p> <p data-bbox="927 813 1281 842">Interação com o meio físico local.</p> <p data-bbox="967 853 1241 882">Envolvimento social local.</p>

Dimensões humanas (Internas)	Dimensões externas
<p>Saúde e segurança no trabalho:</p> <p>Implementação de medidas legislativas. Incutir uma cultura de prevenção. Quantificação, documentação e comunicação das boas práticas de saúde e segurança no trabalho. Programas de certificação e rotulagem para produtos e equipamento. Programas de certificação de sistemas de gestão e de subcontratação, centrados na saúde e segurança no trabalho. Inclusão nos regimes de adjudicação de contractos de critérios de segurança e saúde no trabalho.</p>	<p>Parceiros comerciais, fornecedores e consumidores:</p> <p>Estabelecer relações com empresas comuns ou parceiros de alianças ou de empresas comuns e franquizadas. Responsabilidade social da empresa envolvendo os clientes, fornecedores, subcontratados e concorrentes. Envolvimento no capital de risco de novas empresas inovadoras por forma a propiciar o desenvolvimento destas. Fornecer de forma ética, eficiente e ecológica produtos e serviços que os consumidores necessitem.</p>
<p>Adaptação à mudança:</p> <p>Redução das despesas, aumento da produtividade e promover melhoria da qualidade do serviço prestado aos clientes. Ter em consideração o equilíbrio entre os interesses de todas as partes interessadas e afetadas pelas mudanças e decisões. Identificação dos riscos, previsão de custos, promoção de estratégias e políticas alternativas que permitam combater a necessidade de despedimentos. Promover formação profissional, modernização dos instrumentos e sistemas de produção, captação de investimentos públicos e privados, definição de procedimentos para a informação, o diálogo, a cooperação e estabelecimento de parcerias. Garantir a inserção profissional dos trabalhadores. Participação no desenvolvimento local e em estratégias ativas para o mercado de trabalho, estabelecendo parcerias locais de emprego e/ou inclusão social.</p>	<p>Direitos humanos:</p> <p>Respeito pelas normas laborais, da proteção do ambiente e dos direitos humanos. Combate às práticas de suborno e corrupção. Adoção de códigos de conduta que abarcam as condições de trabalho, os direitos humanos e aspetos ambientais, destinados aos seus subcontratantes e fornecedores. Observação do impacto das atividades da organização sobre os direitos humanos dos trabalhadores e da comunidade local. Aplicação e verificação dos códigos de conduta e de promoção das normas internacionais do trabalho em todos os níveis da organização e da cadeia de produção. Políticas de informação total, formação de gestores, trabalhadores e comunidade local, relativamente à aplicação dos códigos de conduta. Verificação do cumprimento e aplicação dos códigos segundo normas (“auditoria social”), garantindo desta forma a credibilidade dos códigos de conduta.</p>

Dimensões humanas (Internas)	Dimensões externas
<p data-bbox="236 264 737 293">Impacto ambiental e dos recursos naturais:</p> <p data-bbox="288 353 684 383">Redução na exploração de recursos.</p> <p data-bbox="296 394 676 423">Redução na emissão de poluentes.</p> <p data-bbox="296 434 676 463">Redução na produção de resíduos.</p> <p data-bbox="288 474 684 504">Redução nas despesas energéticas.</p> <p data-bbox="352 515 620 544">Eliminação dos resíduos.</p> <p data-bbox="256 555 716 629">Redução dos custos de matéria-prima e de despoluição.</p>	<p data-bbox="903 327 1302 356">Preocupações ambientais globais:</p> <p data-bbox="807 416 1401 490">Melhoria do desempenho ambiental ao longo de toda a cadeia de produção.</p> <p data-bbox="831 501 1377 575">Contribuição para um desenvolvimento sustentável global.</p>

Como é possível constatar as empresas não podem nem devem apenas olhar para o seu exterior, os bons resultados começam sempre no seu interior, pelo que a RSC surge neste contexto para auxiliar as empresas a gerir de uma forma mais eficaz os seus *stakeholders*.

2.3 Teoria dos *stakeholders*

A RSC é um conceito no qual intervêm inúmeras partes, os *stakeholders*, sendo que é importante ter todas em atenção no momento da decisão.

Segundo Falck e Heblich (2007) in Prado (2011), os *stakeholders* são todos aqueles que afetam e são afetados pelas atividades da empresa. Freeman (1984) in Batista (2011) acrescenta ainda que os *stakeholders* são grupos que têm direitos legítimos sobre a organização.

Dado o número de *stakeholders* e a complexidade das relações entre esses e a empresa, Clarkson (1995) in Prado (2011) classifica os *stakeholders* em dois grupos: primários e secundários. Do grupo dos primários fazem parte os acionistas, investidores, trabalhadores, consumidores, fornecedores, além do governo e da comunidade como um todo. O grupo dos secundários envolve todos aqueles que são afetados pelas atividades das empresas, mas que não estão diretamente ligados às suas transações e não são essenciais à sua sobrevivência. Na Figura 3 é possível observar os diferentes *stakeholders* que podem afetar uma organização.

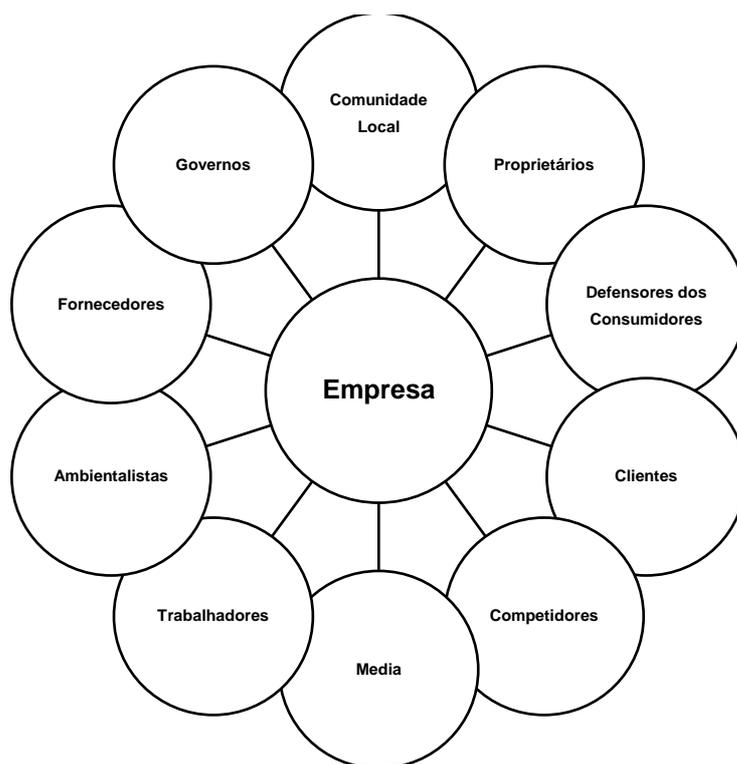


Figura 3 – Stakeholders de uma empresa (Fonte: Ranängen, 2013).

Assim, os *stakeholders* são todos os grupos ou entidades que de alguma forma se relacionam com uma empresa, condicionando o seu desempenho. Estes podem ser do tipo interno, tais como, acionistas e trabalhadores, ou do tipo externo, tais como, fornecedores, clientes, governo e a própria sociedade.

A Teoria dos *stakeholders* propõe um modelo relacional, interligando todos os seus intervenientes, ou seja, indivíduos, grupos, comunidades, empresas, instituições e Estado. Assim, não poderão ser separados porque todos eles estão interligados através das suas ações relacionadas com a empresa.

Esta teoria veio demonstrar que o lucro não deve ser o único objetivo de uma empresa, uma vez que a empresa pode nem sequer o atingir, devido ao facto de não ter dado a devida importância aos seus *stakeholders*.

É ainda importante salientar que mesmo dentro do grupo dos *stakeholders*, estes são todos diferentes e pensam e agem de forma diferente. Assim, enquanto uns têm uns determinados valores, outros têm outros, pelo que é preciso gerir estas diferenças. Por exemplo, os clientes valorizam a qualidade de um produto ou serviço, os trabalhadores valorizam uma remuneração justa, igualdade de oportunidades, igualdade de direitos e deveres e oportunidades de carreira, a comunidade/sociedade exige o respeito pelo meio ambiente e pela qualidade de vida dos habitantes e, por fim, o Estado procura verificar se as leis estão a ser devidamente implementadas, cobra impostos e tem um papel fiscalizador e regulador.

Deste modo, a Teoria dos *stakeholders* sugere que deve existir uma relação positiva entre o desempenho social e o desempenho económico-financeiro, uma vez que, segundo Marques e Teixeira (2008) *in* Batista (2011), a melhoria a nível social aumenta a satisfação dos vários *stakeholders* e, conseqüentemente, a reputação externa da empresa, refletindo-se numa melhoria do seu desempenho económico-financeiro.

McGuire *et al.* (1988) *in* Batista (2011), afirmam que apesar dos custos sociais serem significativos, serão compensados com a redução de outros custos. A sociedade vê com bons olhos uma empresa socialmente responsável que procure melhorar as condições de vida da comunidade local, no âmbito das suas possibilidades, contribuindo para o bem-estar da população.

Apesar da abordagem considerada, os autores destacam três frentes pelas quais a Teoria dos *stakeholders* pode ser analisada: a descritiva/empírica, a instrumental e a normativa.

A primeira está relacionada com o facto de se poder descrever ou explicar características e comportamentos específicos. A segunda visa identificar as ligações, ou a sua falta, entre a gestão dos *stakeholders* e o alcance das metas empresariais tradicionais. Relativamente à terceira, esta pode ser utilizada para interpretar a função da empresa, incluindo a identificação dos valores filosóficos e morais para a operação e gestão das empresas.

É ainda acrescentado que, a teoria descritiva explica o estado de relacionamento passado, presente e futuro entre as empresas e os *stakeholders*. Por sua vez, a teoria instrumental faz a ligação entre a rentabilidade da empresa e os desejos dos *stakeholders*. A teoria normativa salienta que a vida de uma empresa não é um problema significativo, oferecendo um suporte para mostrar que a gestão pode ser direcionada por valores morais. Sugere-se que estes três aspetos sejam vistos como um todo, sendo a teoria normativa a base das outras, tal como é possível observar na Figura 4.

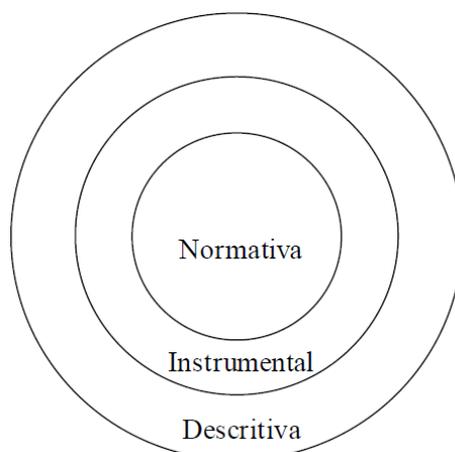


Figura 4 – Aspetos da Teoria dos *stakeholders* (Fonte: Donaldson e Preston, 1995 *in* Prado, 2011).

Segundo Jones (1995) in Prado (2011) à Teoria dos *stakeholders* podem ser apontados alguns problemas, nomeadamente o problema de agência. O relacionamento dos agentes pode ser entendido como a relação entre os acionistas e os gestores das empresas. Este problema pode ocorrer quando os agentes, gestores das empresas, tomam decisões em benefício próprio que vão contra os objetivos dos principais acionistas, nomeadamente, a maximização dos lucros.

Deste modo, para Jones, a Teoria dos *stakeholders* procura descrever o que os gestores realmente fazem a respeito do relacionamento com os *stakeholders*, o que aconteceria se os gestores aderissem aos princípios de gestão dos mesmos, e o que os gestores deveriam fazer para lidar de uma forma mais direta com estes.

Assim, verifica-se que os *stakeholders* podem afetar drasticamente a sobrevivência e a prosperidade das empresas. A sua diversidade e complexidade tende a dificultar a sua gestão, no entanto é importante que as empresas saibam cuidar e preservar os seus *stakeholders*, garantindo a sua prosperidade e sustentabilidade.

2.4 A indústria extrativa

Neste subcapítulo pretende-se fazer uma caracterização da indústria extrativa em Portugal, nomeadamente fazer uma alusão às suas especificidades e desafios que o sector enfrenta atualmente, bem como estudar aquilo que já é feito no âmbito da RSC na indústria extrativa a nível internacional.

2.4.1 A indústria extrativa em Portugal

Os minerais e os metais são indispensáveis à vida moderna, uma vez que estes são a base de outras indústrias e negócios. O acesso e a disponibilidade de matérias-primas minerais a preços acessíveis são cruciais para o bom e sustentável funcionamento da economia mundial. As operações mineiras têm também um enorme potencial para criar, contribuir e apoiar o desenvolvimento sustentável das comunidades onde se inserem, uma vez que podem criar oportunidades de crescimento e desenvolvimento através de: uma maior receita (proveniente de impostos, royalties, etc.), da criação de emprego, da transferência de conhecimentos, competências e de tecnologia, da criação de infraestruturas e serviços sociais (incluindo saúde, abastecimento de água e educação). As operações mineiras podem fomentar a criação de aglomerados industriais a montante e a jusante e o desenvolvimento de PME's locais para fornecer bens e serviços (Franco, 2014).

Os recursos minerais possuem atributos que os tornam difíceis de gerir e que colocam desafios de política pública. Estes não são renováveis, são finitos e geograficamente mal distribuídos. Estão situados em locais específicos e devem ser explorados onde ocorrem e no momento correto, quando a sua exploração é economicamente viável. Assim sendo, há necessidade de uma solução internacional coordenada e imediata, que tenha impacto a longo prazo no desenvolvimento global e nos desafios da indústria extrativa (Franco, 2014).

A indústria extrativa é por isso, uma indústria que requer um elevado investimento, pois são necessários vários estudos prévios, grandes infraestruturas, equipamentos e sobretudo recursos humanos.

No entanto, esta indústria está sob efeito de diversos fatores, tais como: fatores mineiros (diluição, taxa de recuperação do depósito, etc.), fatores metalúrgicos (teor e recuperação dos concentrados), fatores económicos (teor de corte), fatores comerciais (elementos ou características de depreciação ou rejeição do concentrado) e os fatores ambientais, sociais e governamentais, o que por vezes dificulta a sua boa gestão.

A visão sobre esta indústria tem mudado ao longo do tempo, em termos de gestão, anteriormente dava-se muita importância à disponibilidade física dos recursos (tonelagem e teores), no entanto, hoje em dia, cada vez mais esta questão passou para segundo plano, dando-se cada vez mais peso às questões sociais e ambientais, uma vez que são estas as mais afetadas aquando a introdução de um projeto mineiro. Cada vez mais, os custos sociais limitam a utilização de matérias-primas minerais, mesmo que a disponibilidade física não seja um problema. Esta mudança de perceção pode ser observada na Figura 5.

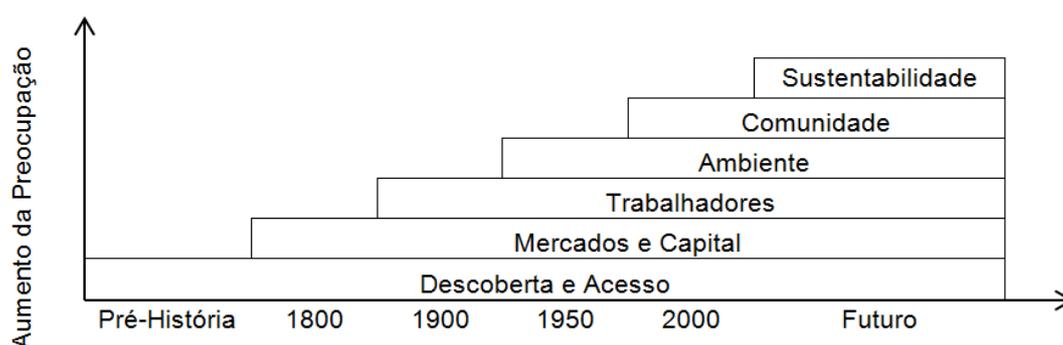


Figura 5 – Motivos da preocupação da disponibilidade de recursos mineiros (Fonte: Franco, 2014).

Hoje em dia, o sector extrativo não é visto com bons olhos pela sociedade, uma vez que a ele associam graves problemas ambientais e sociais. Deste modo, é necessário implementar uma boa gestão, que contemple tanto a parte económica, como a parte social e ambiental.

Assim, espera-se que no futuro, mesmo que as matérias-primas minerais sejam abundantes, seja a sociedade a proibir ou restringir o seu uso devido aos estragos que a sua produção e utilização causam às culturas indígenas, à biodiversidade, à natureza e a outros bens sociais.

É por isto, que se considera que o conceito de RSC pode desempenhar um papel fundamental no desenvolvimento de um sector extrativo mais sustentável e preocupado com o seu meio envolvente.

Um dos principais desafios para a implementação deste conceito na da indústria extrativa é o de criar uma indústria viável e diversificada, com a qual – muito tempo para lá dos minerais terem sido explorados e se terem esgotado, sem se terem comprometido as condições ambientais, sociais e culturais locais e sem gerar consequências e impactos negativos de longa duração – a riqueza gerada tenha sido utilizada eficaz e eficientemente na criação e desenvolvimento de condições de vida alternativas e sustentáveis.

É pois essencial que Portugal sensibilize o seu sector extrativo para esta tendência, uma vez que este sector contribui significativamente para a economia nacional. Esta importância é constatável na Tabela 3.

Tabela 3 - Importância da indústria extrativa na Economia Nacional (Fonte: DGEG, 2012; INE).

Subsectores	Emprego Direto	Produção		Exportação		Peso dos Subsectores no Total da Indústria Extrativa (%)	Peso dos Subsectores no PIB (%)	Peso dos Subsectores no total das Exportações (%)
		t	10 ³ €	t	10 ³ €			
Minerais Industriais	772	5.500.777	43.766	673.437	37.185	5,22	0,03	0,06
Minerais para Construção	5.509	54.087.586	331.723	1.778.943	356.828	39,58	0,20	0,56
Minerais Metálicos	3.070	375.420	462.681	435.596	461.351	55,20	0,28	0,72
Total Indústria Extrativa	9.351	59.963.782	838.170	2.887.976	855.364	100	0,51	1,34

A maioria das empresas que operam neste sector são PME's, que tentam inovar e relançar-se a cada período económico e a cada ciclo político.

A indústria deve continuar a apostar na modernização dos seus processos produtivos, na inovação, no alargamento a novos mercados e, ainda, nas competências necessárias à execução de novos projetos.

Os bons exemplos existentes devem ser identificados, caracterizados e promovidos para outras empresas, para que estas sejam também concorrentes no mercado global. De salientar ainda, que o papel do Estado neste dinamismo é fulcral e, por isso tem que ter um papel mais ativo nesta indústria.

A indústria está a reassumir uma posição cada vez mais importante na agenda política, uma vez que esta fornecerá um contributo essencial para a sustentabilidade do modelo económico-social português.

Neste contexto, a indústria tem um potencial significativo de contribuir para o crescimento sustentável e para a criação de emprego, alinhado com os interesses dos trabalhadores e cidadãos afetados pelo negócio e salvaguardando o ambiente (PWC, 2013).

O sucesso desta estratégia depende da capacidade de se ultrapassarem os vários desafios que se colocam, entre os quais se encontram a melhoria da imagem do sector, a qualificação da gestão e dos recursos humanos e a ligação entre o ensino e a indústria (PWC, 2013).

Com vista à resolução dos muitos problemas associados à indústria extrativa, foi aprovada pela Resolução do Conselho de Ministros n.º78/2012, de 11 de Setembro de 2012, a Estratégia Nacional para os Recursos Geológicos – Recursos Minerais (ENRG – RM).

A ENRG – RM visa promover um sector mineiro dinâmico, sustentável, que promova o crescimento da economia nacional e que promova o desenvolvimento regional, garantindo retorno e emprego para as populações locais e assegurando o desenvolvimento das comunidades onde se insere (Diário da República, 2012).

2.4.2 A RSC na indústria extrativa

Como já foi possível constatar a RSC é uma temática bastante complexa, uma vez que pretende gerir da melhor forma possível o dia-a-dia de uma empresa, tendo por base os seus três pilares: sociedade, ambiente e economia.

Outra das questões abordadas foram os *stakeholders* e a influência que estes têm no desempenho das empresas atualmente. Tal como todas as empresas, as da indústria extrativa envolvem também muitos *stakeholders* e a visão que estes apresentam da RSC é muito heterogénea, o que se traduz numa gestão complexa destes.

Durante muitos anos a indústria extrativa resumia-se à exploração dos recursos naturais de uma determinada região até à exaustão, mudando depois de região e o processo recomeçava não

havendo qualquer preocupação com o ambiente e muito menos com os *stakeholders*, a indústria extrativa era apenas vista como uma grande vantagem económica. Com o avanço da tecnologia e do conhecimento, teve que haver uma adaptação a uma nova realidade e, conseqüentemente, tomou-se consciência da importância de se preservar o meio-ambiente, bem como a integração das expectativas dos *stakeholders* na gestão do negócio. Hoje em dia, e cada vez mais, assiste-se ao aumento da preocupação relativamente ao ambiente, que por sua vez conduz também a uma maior preocupação com as comunidades locais, onde as empresas mineiras levam a cabo as suas atividades. Assim, a sociedade começou a exercer uma pressão no sentido de se controlarem problemas inerentes a esta atividade, tais como os resíduos, a poluição, a saúde e a segurança.

As atividades mineiras ainda são um tema bastante controverso, mais precisamente a sua relação com o desenvolvimento sustentável. Apesar de todos os impactos positivos resultantes destas, há ainda muito a fazer no sentido de se reduzirem/mitigarem os impactos negativos. Deste modo, um dos grandes argumentos para o facto de a indústria extrativa não contribuir para o desenvolvimento sustentável é que os recursos minerais são finitos e não renováveis e, no futuro, as próximas gerações não terão acesso a estes. Outro dos problemas mais conhecido é o risco de doença e de acidentes, como aconteceu recentemente no Chile, o que também contribui largamente para a má reputação do sector.

O ruído criado, as poeiras, a poluição superficial e subterrânea das áreas exploradas são outras das consequências mais visíveis da atividade mineira e, apesar de todos os esforços feitos pelas empresas para controlar estes problemas e até mesmo eliminá-los, a sociedade continua a ter uma percepção negativa relativamente a este assunto.

Por outro lado, existem exemplos de contributos positivos do sector mineiro para o desenvolvimento sustentável e gestão social, que incluem o cuidado pelos países, pessoas e cultura, proporcionando emprego aos residentes das comunidades locais, recorrendo aos fornecedores locais, reinvestindo em novos negócios e contribuindo com fundos para os projetos de desenvolvimento regional e para infraestruturas socioeconómicas chave como estradas, hospitais, escolas, habitações sociais, centros de dia e lares.

A RSC pode ser muito importante para a indústria extrativa, uma vez que pode desempenhar um papel fulcral na implementação de práticas sociais e ambientalmente responsáveis. Existe um conjunto de benefícios que podem ser apontados à RSC principalmente no sector mineiro, nomeadamente:

- A RSC pode ajudar as empresas a gerir o risco e a melhorar a sua reputação e imagem pública, reforçando os laços existentes entre as empresas e as comunidades que habitam os locais onde estas operam. As empresas também podem ver este tipo de iniciativas como uma

forma de ganhar a aprovação e o apoio das comunidades envolventes para as suas atividades;

- A aplicação de programas de RSC melhora o desempenho financeiro das empresas, uma vez que promove o investimento, pois aumenta a propensão pública para apostarem em empresas socialmente conscienciosas. Cada vez mais dá-se importância a investimentos que se regem por princípios éticos e sustentáveis.
- A RSC ajuda as empresas a atraírem e a reterem os melhores talentos. Existem estudos que indicam que entre 20-30% dos líderes estariam inclinados a premiar/punir as suas próprias empresas de acordo com o grau de RSC que a empresa possui. Também é sugerido que os melhores talentos possam premiar/punir as próprias empresas permanecendo ou deixando os seus postos de trabalho. Devido aos elevados custos associados ao recrutamento de trabalhadores, as práticas de RSC podem permitir às empresas poupar dinheiro neste campo, pois estas teriam poucos casos de autodespedimentos. Este tipo de iniciativas também tem um efeito positivo sobre os trabalhadores, uma vez que estes sentir-se-ão melhor numa empresa em equilíbrio.
- As iniciativas voluntárias como a RSC podem ajudar a diminuir a carga financeira aplicada pelos governos relativa à monitorização e regulamentação. A RSC geralmente é vista como um tipo de “regulamentação voluntária”, pois implica que as empresas concordem por sua própria iniciativa a superar o que é legalmente requerido em termos de regulamentações sociais e ambientais. A “regulação voluntária” pode ser efetiva nos países desenvolvidos, pois pode contribuir para reduzir a carga financeira aplicada pelos governos, libertando fundos para iniciativas de desenvolvimento.
- A RSC pode ainda beneficiar a sociedade através da introdução de maiores níveis de desempenho social e ambiental do que os requeridos pelas leis locais. Também é reconhecido que, muitas vezes, as legislações aplicadas têm falhas ao nível social e ambiental, pelo que a RSC será uma excelente forma de colmatar essas lacunas.
- Nos países em que os governos são fracos, as empresas com RSC podem assumir um papel preponderante no desenvolvimento desses países, ou seja, de certo modo serão capazes de desempenhar o papel do governo no campo do desenvolvimento.

Além destes benefícios, aquele que ressalta como um dos mais importantes é o facto de todas as práticas de RSC ajudarem a melhorar a reputação das empresas, este é um ponto essencial para as empresas da indústria extrativa e que estas buscam constantemente, uma vez que a sociedade tem uma má imagem desta.

Segundo Vintró (2012), as principais barreiras à implementação da RSC são a falta de recursos económicos, especialmente para as PME's, que é o perfil da maioria das empresas mineiras portuguesas.

2.5 RSC e as PME's

Neste subcapítulo pretende-se fazer uma abordagem à relação existente entre a RSC e as PME's, uma vez que o sector extrativo português é constituído, maioritariamente, por essas. Para tal vai-se tentar perceber qual a visão que as PME's têm da RSC, quais são as especificidades e principais diferenças entre as PME's e as grandes organizações, conhecer os principais benefícios e barreiras à implementação de RSC e, por fim, ver o que a literatura nos diz sobre o tipo de atividades de RSC implementadas nas PME's.

2.5.1 Definição de RSC pelas PME's

Existem alguns estudos que visaram perceber a perceção das PME's relativamente ao conceito de RSC.

Segundo Sweeney (2007) *in* Vo (2011) existe uma variedade de definições de RSC fornecidas pelas PME's. Assim, aparenta que o conceito varia de empresa para empresa, tal como já foi verificado em diversos estudos, não existindo um conceito universalmente aceite. Contudo, a RSC pode ser maioritariamente explicada à luz da Teoria dos *stakeholders*, uma vez que a maioria das empresas descreve a RSC como sendo uma referência à sua responsabilidade para com o conjunto de *stakeholders*. De salientar que, grande parte das empresas inquiridas nos estudos, destaca a comunidade local como um dos *stakeholders* mais importantes.

A RSC é vista como uma ideia muito vasta de ter consciência dos impactos decorrentes do negócio e, ainda dos impactos positivos para os *stakeholders* através das decisões tomadas relativas ao negócio. Como *stakeholders* chave destacam-se os trabalhadores, os clientes, os fornecedores, os acionistas, a comunidade e o ambiente.

Devido à discussão da RSC como um conceito surgiram alguns temas comuns. A RSC não deve ser encarada como uma externalidade, mas sim ser incorporada e integrada em cada elemento do negócio. A RSC é sinónimo de sustentabilidade, definida como o balanço entre as exigências sociais, ambientais e a económicas. A RSC é sobretudo ter-se princípios éticos e valores como empresa. Muitas vezes, quando se pede para descrever a RSC, usa-se uma linguagem muito emotiva empregando-se expressões como “a coisa certa a fazer” e termos como “orgulho, cuidado, compromisso, honestidade e encorajamento” (Vo, 2011).

Verificou-se também que as empresas geralmente não usam o termo RSC para descrever as suas atividades, normalmente definem-na de uma forma informal e dividindo-a nas suas partes, tais como, gestão ambiental, envolvimento das comunidades e um balanço entre a vida pessoal e profissional.

Constatou-se ainda nos estudos levados a cabo anteriormente, que a maioria dos trabalhadores ainda não está familiarizada com o termo, apesar da maioria das empresas já a praticar há alguns anos. Crê-se que este cenário venha a mudar num futuro próximo.

2.5.2 As especificidades das PME's

As PME's são tipos de empresas que possuem determinadas especificidades não apresentadas pelas grandes empresas, pelo que a União Europeia avançou com uma clarificação dos termos.

As microempresas são aquelas que possuem menos de 10 trabalhadores e o volume de negócios anual e o balanço final não devem exceder os 2 milhões de euros.

As pequenas empresas devem ter menos de 50 trabalhadores, o seu volume de negócios não deve ultrapassar os 10 milhões de euros e o balanço anual total deve-se encontrar abaixo dos 10 milhões de euros.

As médias empresas têm menos de 250 trabalhadores, o volume de negócios anual não deve exceder os 50 milhões de euros e o balanço anual total deve estar abaixo dos 43 milhões de euros.

Apesar de na maioria das vezes as PME's não estarem no centro das atenções, são elas que mobilizam a economia, uma vez que, de acordo com a Comissão Europeia, as PME's compõem uma parcela considerável da economia europeia, cerca de 99,8%, empregando cerca de 70% da mão-de-obra total.

Segundo Jenkins, 2004 *in Vo* (2011) as PME's são empresas bastante heterogéneas em termos de tamanho, recursos, forma de gestão e relações pessoais, o que faz com que seja difícil para elas a adoção de práticas de grandes empresas.

Uma diferença chave entre as grandes empresas e as pequenas empresas é que nestas, normalmente, a posse e a gestão não estão separadas da mesma forma que estão nas grandes empresas (Spence e Rutherford, 2000 *in Vo*, 2011). O controlo fica a cargo dos proprietários, potenciando a tomada de decisões de forma pessoal relativamente à alocação de recursos, e não de uma forma imparcial. (Spence, 1999 *in Vo*, 2011). A relação com as autoridades locais é muito mais próxima e mais direta do que aquela que é estabelecida pelas grandes empresas (Longo et al., 2005 *in Vo*, 2011).

Assim, as PME's são particularmente sensíveis aos problemas ligados à responsabilidade social, por exemplo, o proprietário de uma pequena empresa experiencia na primeira pessoa, juntamente com a

sua família e os seus trabalhadores o território no qual opera e partilha com todos tanto os resultados como as preocupações. Também, a aceitação da RSC é um fator associado às atitudes pessoais do proprietário/gestor.

Além disso, em comparação com as grandes empresas, as PME's enfrentam um conjunto de problemas muito específico. Exemplo disso, são as situações que elas enfrentam no seu dia-a-dia, nomeadamente, servem os mercados locais em vez de os globais e lidam com uma pressão mais reduzida por parte dos *stakeholders*. Existem muitos problemas ao nível dos recursos humanos a que as PME's estão sujeitas, pois elas têm métodos de seleção pobres, reduzidos e pouco profissionais, falta de recursos para pagar compensações competitivas e falta de investimento em formação, condicionando, assim, a implementação de medidas de RSC, pois muitas vezes elas começam exatamente na fase de recrutamento.

As iniciativas de RSC, por parte das PME's, têm diferentes motivos e normalmente tomam uma forma muito diferente das implementadas nas grandes empresas. Existe uma menor rigidez no tipo de medidas implementadas, pois raramente as PME's utilizam instrumentos próprios, têm estratégias próprias definidas e também uma falta de reportamento e comunicação das iniciativas avançadas por eles, ou seja, o que acontece é que muitas vezes, por mais que se esforcem, se não houver uma comunicação desse seu esforço, o objetivo final não é atingido, por exemplo, o de melhorar a imagem da empresa.

Geralmente, as PME's tendem a desempenhar as suas iniciativas de RSC nas comunidades locais, apoiando eventos locais, criando empregos, promovendo o crescimento e incentivando a inovação, embora seja discutível se estas são atividades de RSC.

2.5.3 Benefícios da RSC nas PME's

Existem várias teorias de diversos autores que visam explicar o porquê de as empresas adotarem medidas de RSC, especialmente as PME's.

A literatura de RSC comumente refere-se aos isomorfismos institucionais, tal como é dito por Massoud (2010) *in Vo* (2011). As forças institucionais geralmente referem-se aos três isomorfismos institucionais: coercivos, imitativos e normativos (DiMaggio e Powell, 1983 *in Vo*, 2011). Estes são frequentemente usados na análise organizacional para explicar o processo no qual as organizações são influenciadas pelo seu ambiente institucional na adoção de certas práticas, valores e normas. Exemplo disto é quando os governos exercem o seu poder no sentido de promoverem práticas de RSC, como o incentivo à implementação de planos de gestão ambiental.

Em segundo lugar, a investigação da RSC centra-se no modo de como as empresas podem ir de encontro às expectativas dos seus *stakeholders*. Tal como as grandes empresas, as PME's também devem ter a preocupação de corresponder às expectativas das suas partes interessadas. Normalmente, nas PME's os *stakeholders* internos e as comunidades locais ganham uma especial importância, pois investir nos trabalhadores pode aumentar a sua motivação, levando a uma melhoria dos resultados e eficiência. Relativamente às comunidades locais, a RSC conduz à melhoria da reputação das empresas através da contratação e retenção dos melhores trabalhadores, bem como o acesso aos fornecedores locais. O acesso mais fácil ao crédito dos investidores e bancos que valorizem investimentos socialmente responsáveis são outras das vantagens retiradas pelas PME's quando implementam medidas de RSC.

O facto do ambiente institucional e dos *stakeholders* pressionarem as PME's também as leva a adotar as medidas, uma vez que estas ajudam à gestão das suas expectativas e pressões, no entanto, é de salientar que são os proprietários os principais responsáveis pela implementação ou não de RSC nas suas empresas, pois são estes que possuem um controlo significativo na forma como operam os seus negócios. Os seus valores e crenças tendem a influenciar a forma como eles encaram o negócio e influenciam a cultura organizacional.

Também, o capital social pode não ser por si só um incentivo à RSC, mas pode servir como um mecanismo que facilita a adoção e a implementação de RSC. O capital social é definido por Nahapiet e Ghoshal (1998) *in Vo* (2011), como sendo a soma dos recursos atuais e potenciais, incorporados, disponibilizados e derivados de uma rede de relacionamentos possuídos por um indivíduo ou uma unidade social. Deste modo, o capital social pode ajudar a atingir uma maior eficácia organizacional através de qualidades como a confiança.

Existem outras razões pelas quais as PME's adotam medidas de RSC, tais como, as questões éticas, o que vai de encontro ao já dito anteriormente, o aumento da quota de mercado, a melhoria da reputação das empresas, a melhoria das relações com os trabalhadores e com as comunidades locais, também podem ser apontados como benefícios, a melhoria do desempenho do negócio e a regulação.

2.5.4 Barreiras à RSC nas PME's

Contudo, e apesar dos benefícios existentes e já explicados, também podem existir barreiras à implementação da RSC nas PME's.

Uma das barreiras pode ser as características pessoais dos proprietários ou até as características organizacionais das empresas. Muitas vezes o que acontece é que os próprios proprietários são

peças com poucos estudos, mas principalmente com falta de tempo, pois estes tendem a acumular diversos cargos na organização, o que os torna menos disponíveis para aceder e implementar novas medidas.

A mentalidade dos proprietários das PME's é considerada uma outra barreira, uma vez que estudos recentes indicam que estes tendem a achar que a RSC é algo da responsabilidade das grandes empresas, pois pensam que as atividades das suas PME's não têm grande impacto na envolvente.

As características organizacionais das PME's podem ser outra das barreiras, pois muitas vezes estas não têm uma estrutura definida e, segundo Jenkins, 2004 *in Vo*, 2011, estas são caracterizadas por serem informais, confiáveis, intuitivas, ambíguas, geridas pelos proprietários e expostas aos clientes. Geralmente, as PME's são de cariz privado e muitas das vezes de cariz familiar, o que leva a que a RSC não seja uma prioridade.

Os pequenos negócios, normalmente, têm falta de recursos, fraco poder de negociação e limitações ao nível dos recursos financeiros, o que pode condicionar fortemente as PME's. A falta de poder de negociação leva a que as PME's fiquem em desvantagem quando tentam negociar com grandes fornecedores e clientes pouco social e ambientalmente responsáveis.

Ainda podem ser apontadas como barreiras, a difícil entronização de medidas de RSC na cultura das empresas, a difícil medida e quantificação dos benefícios retirados da implementação da RSC, a falta de informação e apoios e a manutenção dessas mesmas atividades.

2.5.5 Atividades de RSC nas PME's

De uma forma geral, as PME's não têm um modelo de gestão de RSC.

As atividades levadas a cabo pelas empresas tendem a estar praticamente todas direcionadas para as comunidades locais e alinhadas com as necessidades e projetos destas, pois para elas estas são os principais *stakeholders*. No entanto, o meio ambiente também assume uma posição de destaque. Algumas iniciativas praticadas são o trabalho voluntário para obras de caridade, tais como doações e o fornecimento de materiais e infraestruturas.

Por outro lado, as PME's também mostram alguma preocupação com a dimensão interna, recaindo esta sobre os trabalhadores e as relações estabelecidas entre todos. Os gestores devem conhecer bem os seus colaboradores e manter linhas de comunicação no sentido de perceberem as funções de cada trabalhador, ouvir as suas opiniões e, assim, manter um bom ambiente de trabalho.

Quando os gestores das PME's falam dos planos de estratégia e da comunicação da RSC, as suas declarações mostram que estes são praticamente inexistentes na estratégia geral de negócio. As PME's podem ou não ter documentos em que relatam a estratégia adotada pela empresa, mas elas não os usam como um guia prático nas operações diárias. Uma comunicação planeada e formal não é muito valorizada por este tipo de empresas, sendo que a comunicação interna geralmente é feita na forma de diálogo em vez de registada documentalmente, podendo levar a que se perca informação detalhada, daí que uma combinação das duas seria o ideal.

2.6 Modelo de gestão de RSC

Os sistemas de gestão são um conjunto de procedimentos organizacionais, responsabilidades e processos que ajudam a implementar políticas corporativas que contemplem a qualidade, o ambiente, a saúde e a segurança, etc. A maioria dos sistemas de gestão estão em concordância com os *standards* internacionais. (Vintró, 2012)

Uma das principais razões para a não implementação de sistemas de gestão, por parte das empresas, poderá estar relacionada com os elevados níveis de burocratização existentes e, ainda, com uma ideia pré-concebida de que é difícil implementar e monitorizar, pois irá acarretar sempre mais trabalho e, conseqüentemente, maior dispêndio económico.

No entanto, a gestão da RSC revela-se como um fator decisivo em prol da sustentabilidade dos negócios das organizações, principalmente numa realidade global, onde discussões e posturas transparentes, definidas e compartilhadas, sobre desenvolvimento sustentável, comércio livre e justo, voluntariado corporativo, diversidade e ética nos negócios, entre outras, são cada vez mais frequentes e exigidas por qualquer um dos *stakeholders*. (Araújo, 2005).

Assim, torna-se essencial delinear diretrizes estratégicas de RSC que incluam processos de planeamento, monitorização e avaliação com métricas e objetivos previamente definidos, orientados para as especificidades de cada projeto.

Vintró (2009) sugere um sistema de gestão composto por 31 indicadores (equação 1-31) e um índice global (equação 32). Estes indicadores estão agrupados dentro de 3 indicadores principais ou categorias diretamente relacionadas com a RSC (sustentabilidade, ética e recursos humanos) – nível 1. Dividem-se ainda em dois subníveis que incluem fatores e subfactores.

Ia. Índice de sustentabilidade (IS):

$$IS = (\alpha_1 \times a.1) + (\alpha_2 \times a.2) \quad \text{Equação 1}$$

Ia. 1. Exploração racional de recursos (ERR):

$$ERR = (\alpha_{1.1} \times a.1.1); (\alpha_{1.2} \times a.1.2); (\alpha_{1.3} \times a.1.3) \quad \text{Equação 2}$$

Ia. 1.1. Consumo de água (CA):

$$CA = 1 - \frac{\text{água consumida por período (litros)} \& \text{ produção (ton)}}{\text{valor de referência}} \quad \text{Equação 3}$$

Ia. 1.2. Consumo de energia (CE):

$$CE = 1 - \frac{\frac{\text{energia consumida}}{\text{período}} (J) \& \text{ produção (ton) maior do que o valor de referência}}{\text{valor de referência}} \quad \text{Equação 4}$$

Ia.1.3. Consumo de matérias-primas (CMP):

$$CMP = 1 - \frac{\text{consumo de matérias – primas por período (ton)} \& \text{ produção (ton)}}{\text{valor de referência}} \quad \text{Equação 5}$$

Ia.2. Qualidade ambiental (QA):

$$QA = (\alpha_{2.1} \times a.2.1) + (\alpha_{2.2} \times a.2.2) + (\alpha_{2.3} \times a.2.3) + (\alpha_{2.4} \times a.2.4) \quad \text{Equação 6}$$

Ia.2.1. Redução dos índices de emissão de contaminantes (RIEC):

$$RIEC = 1 - \frac{\text{concentração das emissões de contaminantes}}{\text{concentração das emissões de contaminantes desde o último período}} \quad \text{Equação 7}$$

Ia.2.2. Índice de redução dos resíduos depositados em aterro (IRRDA):

$$IRRDA = 1 - \frac{\text{resíduos depositados em aterro (ton)}}{\text{resíduos depositados em aterro desde o último período (ton)}} \quad \text{Equação 8}$$

la.2.3. Percentagem de solo repostado (PSR):

$$PSR = \frac{m^2 \text{ de solo repostado}}{m^2 \text{ totais da mina} - \text{solo degradado (explorações encerradas)}} \quad \text{Equação 9}$$

la.2.4. Redução dos acidentes ambientais (RAA):

$$RAA = 1 - \frac{\text{número de acidentes ambientais}}{\text{número de acidentes ambientais desde o último período}} \quad \text{Equação 10}$$

la.3. Qualidade de produção (QP):

$$QP = (\alpha_{3.1} \times \text{a. 3. 1}) + (\alpha_{3.2} \times \text{a. 3. 2}) + (\alpha_{3.3} \times \text{a. 3. 3}) \quad \text{Equação 11}$$

la.3.1. Não-conformidades (NC):

$$NC = 1 - \frac{\text{produtos em não - conformidade (ton)}}{\text{produção total (ton)}} \quad \text{Equação 12}$$

la.3.2. Máquinas (M):

$$M = 1 - \frac{\text{horas não - produtivas por avaria de máquinas}}{\text{horas produtivas}} \quad \text{Equação 13}$$

la.3.3. Índice de satisfação do consumidor (ISC):

$$ISC = \frac{\sum \text{resultados (qualidade de produção + qualidade de serviço + entregas a tempo)}}{\text{número total de consumidores} \times (\text{número de questões} \times \text{valor da escala de avaliação mais elevado})} \times 100$$

Equação 14

Ib. Índice ético (IE)

$$IE = (\beta_1 \times \text{b. 1}) + (\beta_2 \times \text{b. 2}) + (\beta_3 \times \text{b. 3}) \quad \text{Equação 15}$$

Ib.1. Promoção da economia local (PEL):

$$PEL = (\beta_{1.1} \times \text{b. 1. 1}) + (\beta_{1.2} \times \text{b. 1. 2}) + (\beta_{1.3} \times \text{b. 1. 3}) \quad \text{Equação 16}$$

Ib.1.1. Serviços subcontratados às comunidades locais (SSCL):

SSCL

$$= \frac{\text{unidades monetárias pagas por serviços subcontratados às comunidades locais}}{\text{unidades monetárias por serviços subcontratados}} \quad \text{Equação 17}$$

Ib.1.2. Matérias-primas provenientes das empresas locais (MPEL):

MPEL

$$= \frac{\text{unidades monetárias pagas por matérias – primas oferecidas pelas comunidades locais}}{\text{unidades monetárias pagas por matérias – primas}} \quad \text{Equação 18}$$

Ib.1.3. Índice de trabalhadores pertencentes às comunidades locais (ITCL):

$$ITCL = \frac{\text{número de trabalhadores pertencentes às comunidades locais}}{\text{número total de trabalhadores}} \quad \text{Equação 19}$$

Ib.2. Administração de fundos justa (AFJ):

$$AFJ = (\beta_{2.1} \times b. 2. 1) + (\beta_{2.2} \times b. 2. 2) \quad \text{Equação 20}$$

Ib.2.1. Índice de valorização de projetos sociais (IVPS):

IVPS

$$= \frac{\text{unidades monetárias investidas em projetos sociais}}{\text{resultado anual (unidades monetárias) sem deduzir os investimentos sociais}} \quad \text{Equação 21}$$

Ib.2.2. Índice de doações (ID):

$$ID = \frac{\text{unidades monetárias ou equivalente de produtos doados a ONG's}}{\text{resultado anual (unidades monetárias) sem deduzir os investimentos sociais}} \quad \text{Equação 22}$$

Ib.3. Valorização do trabalho e trabalhadores inativos (VTI):

$$sim = 1; não = 0$$

Equação 23

Ic. Índice de recursos humanos (IRH)

$$IRH = (\gamma_1 \times c. 1) + (\gamma_2 \times c. 2) + (\gamma_3 \times c. 3) + (\gamma_4 \times c. 4) \quad \text{Equação 24}$$

Ic.1. Nível de segurança (NS):

$$NS = 1 - \frac{\text{número de acidentes}}{\text{número de trabalhadores}}$$

Equação 25

Ic.2. Formação e aptidão (FA):

$$FA = \frac{\text{média de horas de formação por trabalhador}}{\text{média de horas de formação planeadas para cada trabalhador}}$$

Equação 26

Ic.3. Relação trabalhador/empresa (RTE):

$$RTE = (\gamma_{3.1} \times c.3.1) + (\gamma_{3.2} \times c.3.2) + (\gamma_{3.3} \times c.3.3)$$

Equação 27

Ic.3.1. Negociação coletiva (NC):

$$NC = \frac{\text{número de trabalhadores a receber negociação coletiva}}{\text{número total de trabalhadores}}$$

Equação 28

Ic.3.2. Planos de reforma suportados pela empresa (PRE):

$$PRE = \frac{\text{número de trabalhadores a receberem planos de reforma}}{\text{número total de trabalhadores}}$$

Equação 29

Ic.3.3. Planos de assistência médica (PAM):

$$PAM = \frac{\text{número de trabalhadores a terem planos de assistência médica}}{\text{número total de trabalhadores}}$$

Equação 30

Ic.4. Situações violentas ou conflituosas (SVC):

$$SVC = 1 - \frac{\text{número de incidentes violentos ocorridos na empresa}}{\text{número total de trabalhadores}}$$

Equação 31

Id. Índice global de RSC (IGRSC):

$$IGRSC = (\alpha \times a) + (\beta \times b) + (\gamma \times c)$$

Equação 32

Onde α , β e γ e todos os subfactores correspondentes são pesos.

Cada item avaliado recebe uma pontuação. Todos os fatores e subfatores têm um peso predeterminado. A pontuação total para uma categoria resulta da combinação destes dados.

O índice global de RSC é a pontuação obtida ao mais alto nível agregado e é calculado como a agregação das três categorias principais, considerando os pesos das categorias (equação 32). Quanto maior for o valor obtido, melhor será a conduta da RSC. A distribuição de indicadores por categoria encontra-se exposta na Tabela 4.

Tabela 4 – Critérios e indicadores de RSC (Fonte: Vintró, 2009).

Critérios de RSC	Área de influência	Indicadores
A. Sustentabilidade		
A.1. Exploração racional dos recursos naturais	Ambiente	la.1.1.; la.1.2.; la.1.3.
	Qualidade	
A.2. Tecnologias de extração limpas	Ambiente	la.2.1.; la.2.2.
	Qualidade	
A.3. Encerramento de explorações e programas de recuperação	Ambiente	la.2.3.
	Qualidade	
A.4. Gestão de emergências	Ambiente	la.2.4.
A.5. Qualidade da produção	Qualidade	la.3.1.; la.3.2.; la.3.3.
B. Ética		
B.1. Promoção das economias locais e trabalho social	Qualidade	lb.1.1.; lb.1.2.; lb.1.3.
B.2. Administração justa de fundos	Qualidade	lb.2.1.; lb.2.2.
B.3. Segurança e dignidade no trabalho	Saúde e segurança	lb.3.
C. Recursos humanos		
C.1. Métodos de trabalho seguros	Saúde e segurança	lc.1.
C.2. Formação e aptidão	Saúde e segurança	lc.2.
	Qualidade	
C.3. Relações entre trabalhador e gestor	Qualidade	lc.3.1.; lc.3.2.; lc.3.3.
C.4. Respeito pelas pessoas	Saúde e segurança	lc.4.
	Qualidade	

Os dados a introduzir podem ser obtidos a partir de relatórios e estatísticas da gestão da qualidade, ambiente, saúde e segurança. Os pesos representam a importância dada a cada item avaliado, considerando o impacto que cada categoria, fator ou subfactor tem no conceito associado. A soma de todos os pesos dentro de um conceito específico deve ser 1.

Em comparação com esquemas existentes de indicadores de RSC (ex: *Dow Jones Sustainable Index*), este método pretende ser mais simplificado e operativo. Este procedimento é, por isso, mais

adequado para as PME's, que corresponde ao perfil da maioria das empresas da indústria extrativa portuguesa.

Vintró (2009) acrescenta ainda que o método proposto pretende encorajar as empresas a adotarem tecnologias e procedimentos mais sustentáveis.

Como é possível verificar, existem sistemas de gestão relativamente simples que permitem implementar, de uma forma fácil e eficiente, práticas de RSC. É por isso crucial que, as empresas, especialmente as portuguesas do sector extrativo, se inteirem do tema e estudem a melhor forma de o adaptar às suas organizações, aproveitando todo o potencial que a RSC lhes pode trazer.

3. Metodologia

Este estudo pretende conhecer e caracterizar a RSC na indústria extrativa em Portugal, nomeadamente se é aplicada, quais as práticas adotadas e quais os benefícios adquiridos. Como tal, este capítulo tem como objetivo descrever a metodologia utilizada na investigação, bem como o modo como foram adquiridos e tratados os dados obtidos, através da implementação de um inquérito por questionário.

De uma forma mais pormenorizada apresentam-se, seguidamente, as etapas que levaram à elaboração deste capítulo:

- Justificação da metodologia adotada, dando especial foco ao inquérito por questionário, bem como a definição dos objetivos da investigação;
- Elaboração e justificação do questionário utilizado na investigação;
- População a estudar, definição da amostra e o procedimento adotado para a obtenção dos dados.

3.1 Justificação da metodologia adotada

O inquérito por questionário é um dos métodos de recolha de informação mais utilizados nas investigações sobre Responsabilidade Social Corporativa sendo, por isso, o método adotado neste estudo.

A escolha do questionário como instrumento de inquirição apresenta vantagens e desvantagens relativas à sua aplicação.

A aplicação de um inquérito por questionário possibilita uma maior sistematização dos resultados fornecidos, permite uma maior facilidade de análise e reduz o tempo que é necessário despender para recolher e analisar os dados. Este método de inquirir apresenta ainda vantagens relacionadas com o custo, sendo este menor.

Se por um lado a aplicação de questionários é vantajosa, esta aplicação apresenta também desvantagens ao nível da dificuldade de conceção, pois é necessário ter em conta vários parâmetros, tais como: a quem se vai aplicar, o tipo de questões a incluir, o tipo de respostas que se pretende e o tema abordado. Os questionários fornecem respostas escritas a questões previamente fornecidas e, como tal, existe uma elevada taxa de não respostas. Esta dependerá da clareza das questões, natureza das pesquisas e das habilitações literárias dos inquiridos. Relativamente à natureza da

pesquisa verifica-se que se aquela não for de utilidade para o indivíduo, a taxa de não resposta aumentará.

A RSC é um tema já relativamente debatido e estudado em muitos dos sectores empresariais portugueses, no entanto, ao nível da indústria extrativa não se conhecem quaisquer dados. A nível internacional já existem vários estudos do tema na indústria extrativa, destacando-se particularmente o Canadá, a Austrália e a Suécia. Deste modo, espera-se que a metodologia adotada permita fazer uma caracterização do panorama português relativamente a esta temática.

A construção do questionário foi baseada nas diferentes componentes da RSC, nomeadamente, a social, a ambiental e a económica, e este teve como principais objetivos:

- Conhecer a localização, tipo de negócio e a dimensão de cada uma das empresas inquiridas;
- Compreender a perceção que as empresas da indústria extrativa têm da RSC;
- Identificar as atividades de RSC desenvolvidas pelas empresas do sector;
- Perceber em que medida as atividades de RSC se enquadram na gestão global das empresas;
- Compreender se as empresas encaram a RSC como vantagem estratégica;
- Entender quais os métodos adotados pelas empresas para avaliarem o desempenho das medidas implementadas.
- Relacionar a localização, tipo de negócio e dimensão das empresas com a RSC.

3.2 Elaboração do questionário

A construção de um inquérito por questionário deve obedecer a três critérios fundamentais: clareza, rigor na apresentação, bem como a comodidade/agrado para o inquirido. Deste modo, deve-se ter em consideração, e como ponto de partida, o tema em estudo, o qual deve ser apresentado de uma forma clara e simplista, assim como a disposição gráfica do questionário que deve ser adequada ao público-alvo (Amaro *et al.*, 2004/2005).

Deve-se ainda ter cuidado com o número de questões constituintes do questionário, tanto quanto possível, uma vez que este facto pode, eventualmente, provocar algum tipo de reação prévia negativa por parte do inquirido.

Antes de administrar o questionário, deve-se proceder a uma revisão gráfica pormenorizada daquele, de modo a evitar erros ortográficos, gramaticais ou de sintaxe, que tanto pode provocar erros ou induções nas respostas dos inquiridos, como pode fazer baixar a credibilidade do questionário por parte destes.

A aplicação de um questionário permite recolher uma amostra dos conhecimentos, atitudes, valores e comportamentos. Deste modo, é importante ter em conta o que se quer e como se vai avaliar, devendo haver rigor na seleção do tipo de questionário a aplicar, de modo a aumentar a credibilidade do mesmo.

Existem três tipos de questionários: o questionário aberto, o fechado e o misto. O questionário do tipo aberto é aquele que utiliza questões de resposta aberta. Este tipo de questionário proporciona respostas de maior profundidade, ou seja, dá ao sujeito uma maior liberdade de resposta, podendo esta ser redigida pelo próprio. No entanto a interpretação e o resumo deste tipo de questionário é mais difícil dado que se pode obter uma variedade grande de respostas, dependendo da pessoa que responde ao questionário (Amaro *et al.*, 2004/2005).

O questionário do tipo fechado tem na sua construção questões de resposta fechada, permitindo obter respostas que possibilitam a comparação com outros instrumentos de recolha de dados. Este tipo de questionário facilita o tratamento e análise da informação, exigindo menos tempo. Por outro lado, a aplicação deste tipo de questionários pode não ser vantajosa, pois facilita a resposta para um sujeito que não saberia ou que poderia ter dificuldade acrescida em responder a uma determinada questão. Os questionários fechados são bastante objetivos e requerem um menor esforço por parte dos sujeitos aos quais é aplicado (Amaro *et al.*, 2004/2005).

O outro tipo de questionário que pode ser aplicado, tal como já fora dito, são os questionários de tipo misto, que tal como o nome indica são questionários que apresentam questões de diferentes tipos: resposta aberta e resposta fechada (Amaro *et al.*, 2004/2005).

As questões adotadas foram baseadas e adaptadas de um estudo de Práticas de Responsabilidade Social nas Empresas nos Açores, levado a cabo pela Associação Centro de Estudos de Economia Solidária do Atlântico (2012), correspondendo a um inquérito por questionário do tipo misto.

Após a conclusão e revisão do questionário procedeu-se à validação do mesmo por parte de uma entidade competente, a DGEG, no sentido de se obter *feedback* e sugestões de possíveis alterações.

O questionário (Anexo 1), apesar de ser um pouco extenso, é de fácil leitura e existe uma sequência nas perguntas. Este começa com uma breve descrição dos principais objetivos a atingir com a investigação e o enquadramento da mesma.

Posteriormente, o inquérito encontra-se dividido em oito partes, nomeadamente:

- Identificação da Empresa;
- Dimensão da Empresa;
- Responsabilidade Social Corporativa;

- Políticas do Local de Trabalho;
- Políticas Ambientais;
- Políticas de Mercado;
- Políticas Relativas à Comunidade;
- Valores da Empresa.

Tal como já foi referido, e sendo um questionário misto, adotaram-se questões de resposta aberta e fechada, sendo que as deste tipo são do tipo opção, havendo também algumas de escolha múltipla.

Ainda de salientar que, a ordem das questões é essencial, uma vez que permitirá aos inquiridos terem uma visão mais abrangente do que se pretende estudar, e de como as questões se encontram estruturadas.

3.3 População, amostra e obtenção dos dados

A população-alvo deste estudo são as empresas da indústria extrativa.

Optou-se por uma amostra não probabilística por conveniência, de modo a obter o maior número de inquéritos possível.

Segundo Gonçalves (2009) *in* Oliveira *et al.* (2012), pode-se inferir que normalmente amostras não probabilísticas são utilizadas em pesquisa quando há uma restrição de cunho operacional ao uso da amostragem probabilística, como, por exemplo, o fato de a população ser infinita ou de não se ter acesso a todos os elementos da mesma.

Muitas vezes a necessidade de optarmos pela utilização de uma amostra não probabilística resulta da inacessibilidade a toda a população. Quando esta situação ocorre o investigador é forçado a colher a amostra na parte da população que lhe é acessível. Surge aqui, portanto, uma distinção entre população objeto e população amostrada. A população objeto é aquela que temos em mente ao realizar o trabalho estatístico. Apenas uma parte desta população, porém, está acessível para que dela retiremos a amostra. Esta parte é a população amostrada. (Costa Neto, 1977, *in* Oliveira *et al.*, 2012).

Segundo Mattar (2001) *in* Batista (2013) uma amostra por conveniência não é representativa da população. Ocorre quando a participação é voluntária ou os elementos da amostra são escolhidos por uma questão de conveniência. Deste modo, o processo amostral não garante que a amostra seja representativa, pelo que os resultados desta só se aplicam a ela própria. Pode ser usada com êxito

em situações nas quais seja mais importante captar ideias gerais e identificar aspetos críticos do que propriamente a objetividade científica.

Assim, foi este o tipo de amostragem adotado, uma vez que o acesso aos contactos das empresas da indústria extrativa é bastante restrito, tendo-se recorrido à DGEG para efetuar o envio dos inquéritos a todas as empresas, pois esta é a única entidade com acesso a esses contactos. Não será possível tirar conclusões para toda a população, visto que este não é um processo representativo da mesma, no entanto, será útil para captar ideias gerais e possíveis tendências, como referiu Batista (2011).

Inicialmente foram enviados inquéritos para 4012 contactos, que incluíam diretores técnicos e empresas de minas e pedreiras, sendo que foi esclarecido que bastava o preenchimento de apenas um questionário por entidade. O número de respostas obtidas foi de 38, o que não é representativo.

4. Resultados e discussão

Neste capítulo proceder-se-á ao tratamento dos resultados obtidos e discussão dos mesmos.

Nesta fase do estudo procurou-se fazer uma análise e revisão crítica das respostas obtidas. Todas as respostas obtidas foram consideradas válidas.

4.1 Análise dos dados

Uma vez finalizada a recolha de dados apresenta-se, nesta secção, a análise dos dados resultantes dos tratamentos estatísticos das respostas dos inquiridos às questões que lhes foram colocadas.

Todas as respostas obtidas foram consideradas válidas, o que demonstra um elevado interesse por parte dos inquiridos no tema em estudo.

Primeiramente, apresenta-se a análise descritiva da caracterização das empresas que cooperaram no estudo. Segue-se uma análise mais detalhada das respostas às várias questões.

Deste modo, este subcapítulo encontra-se dividido da seguinte forma:

- Caracterização das Empresas;
- Responsabilidade Social Corporativa;
- Políticas do Local de Trabalho;
- Políticas Ambientais;
- Políticas de Mercado;
- Políticas relativas à Comunidade;
- Valores da Empresa.

4.1.1 Caracterização das empresas

Nas secções I e II do questionário pretende-se conhecer melhor as empresas inquiridas, nomeadamente a sua localização, o seu tipo de negócio e a sua dimensão.

Na Figura 6 é possível observar a distribuição geográfica das empresas inquiridas.

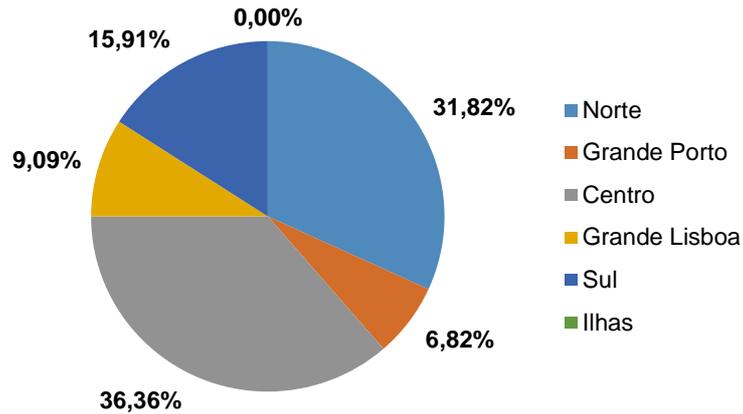


Figura 6 – Localização das explorações das empresas inquiridas (Fonte: Questionário).

É possível constatar que cerca de 68% das empresas se localiza nas regiões Norte e Centro de Portugal. De salientar também que, apesar de se terem obtido 38 respostas, foram contabilizadas 44 localizações, pelo que algumas das empresas têm a seu cargo mais do que uma exploração. Não se obtiveram quaisquer respostas por parte de empresas localizadas nas Regiões Autónomas Portuguesas.

Para aferir o tipo de negócio das empresas, optou-se por se verificar se as mesmas se dedicavam à extração, à transformação ou a ambas, sendo este último considerado um negócio do tipo misto.

Deste modo, na Figura 7, encontram-se os dados disponíveis relativamente ao tipo de negócio desenvolvido pelas empresas.

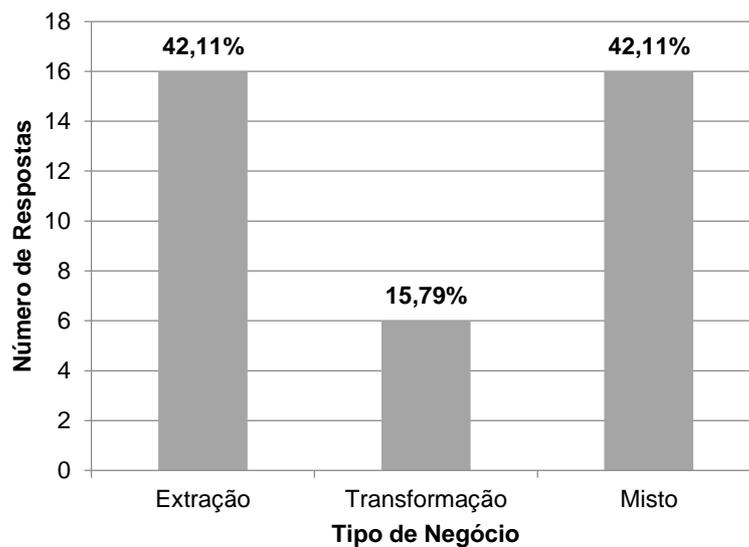


Figura 7 – Tipo de negócio das empresas (Fonte: Questionário).

Cerca de 42% das empresas inquiridas dedica-se apenas à extração (massas minerais e depósitos minerais), cerca de 16% tem como negócio apenas a transformação e as restantes empresas tem um tipo de negócio misto, ou seja, dedicam-se simultaneamente à extração e à transformação.

Para aferir a dimensão das empresas inquiridas recorreu-se à literatura, como já foi exposto anteriormente. Deste modo, considera-se uma microempresa uma empresa com menos de 10 trabalhadores, uma pequena empresa aquela que possui menos de 50 trabalhadores e uma média empresa aquela que tenha menos de 250 trabalhadores.

Assim, pela Figura 8 é possível observar a dimensão das empresas inquiridas.

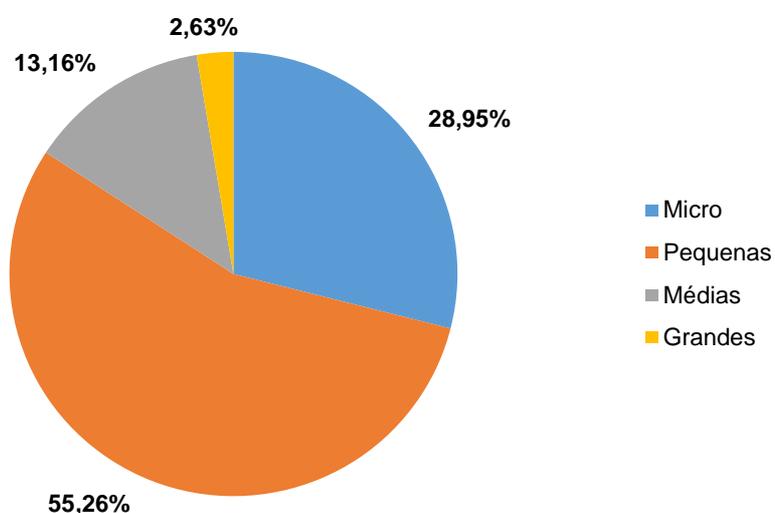


Figura 8 - Dimensão das empresas (Fonte: Questionário).

Verifica-se que a maioria das empresas inquiridas é de reduzida dimensão, sendo que mais de metade das empresas é considerada de pequena dimensão. Ainda de referir que apenas 2,6% das empresas inquiridas é de grande dimensão.

Estes resultados permitem-nos caracterizar o sector extrativo como sendo um sector essencialmente de micro, pequenas e médias empresas, tal como a revisão bibliográfica já tinha sugerido.

Posteriormente, optou-se por fazer um cruzamento de dados da dimensão das empresas com a sua localização. Os resultados obtidos podem ser observados na Figura 9.

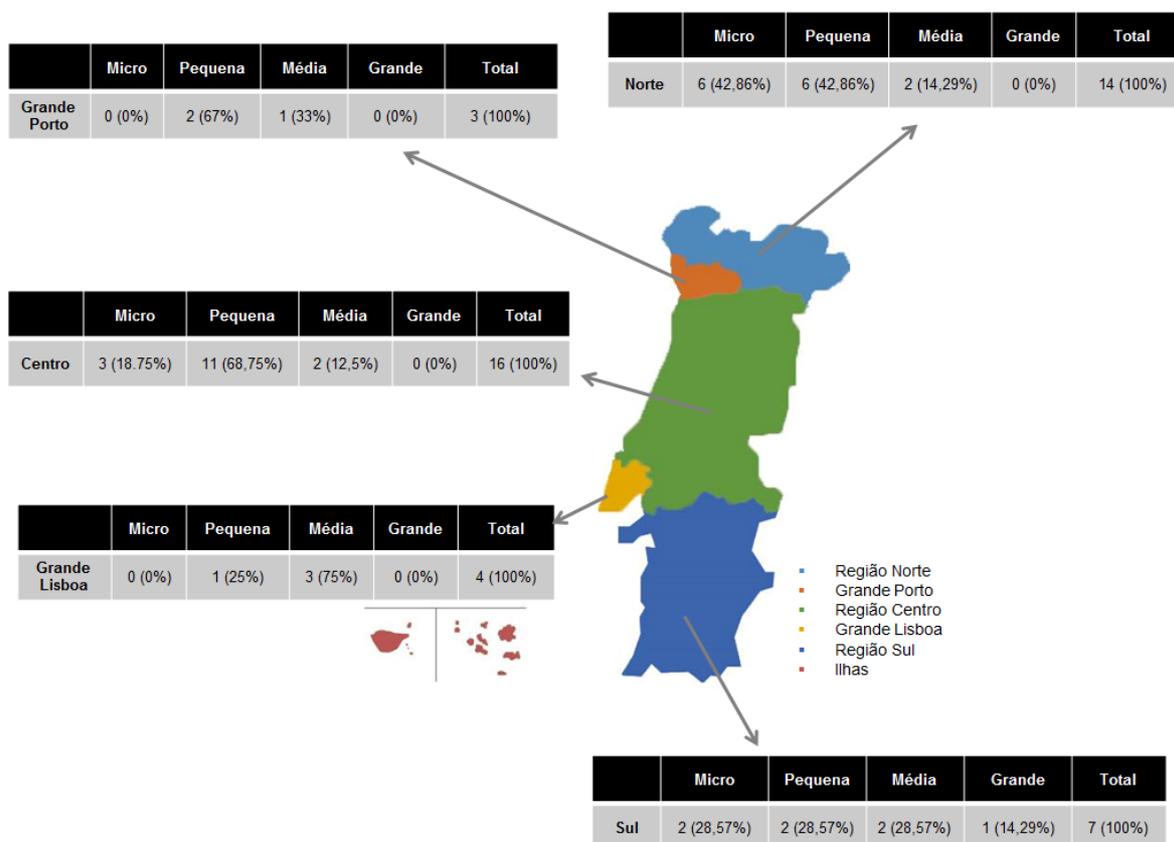


Figura 9 – Dimensão das empresas vs. localização (Fonte: Questionário).

Através da Figura 9 é possível observar que a maioria das empresas se localiza na região Centro, tal como já foi observado anteriormente, sendo que cerca de 70% das empresas são de pequena dimensão. O Norte é a segunda região a apresentar o maior número de empresas, no entanto, neste caso o número de empresas micro é igual ao número de empresas pequenas (42,9%). Segue-se a região Sul, com apenas 5 empresas, havendo igual número de micro empresas e pequenas empresas (40%). A Grande Lisboa e o Grande Porto apresentam, para a sua amostra, um maior número de médias empresas, 75% e 33%, respetivamente. De salientar que algumas empresas apresentam mais do que uma localização, mais concretamente 3 das 38 empresas inquiridas (2 são de média dimensão e 1 de pequena dimensão). Segue-se uma tabela resumo a nível nacional (Tabela 5).

Tabela 5 – Dimensão das empresas vs. localização (Fonte: Questionário).

	Micro	Pequena	Média	Grande	Total
Norte	6	6	2	0	14 (31,82%)
Grande Porto	0	2	1	0	3 (6,82%)
Centro	3	11	2	0	16 (36,36%)
Grande Lisboa	0	1	3	0	4 (9,09%)
Sul	2	2	2	1	7 (15,91%)
Ilhas	0	0	0	0	0 (0,00%)
Total	11 (25,00%)	22 (50,00%)	10 (22,73%)	1 (2,27%)	44 (100%)

Seguidamente procurou-se perceber se existe algum tipo de relação entre a dimensão das empresas e o tipo de negócio desenvolvido. Os resultados obtidos podem ser consultados na Tabela 6.

Tabela 6 – Dimensão das empresas vs. tipo de negócio (Fonte: Questionário).

		Dimensão da Empresa				
		Micro	Pequena	Média	Grande	
Tipo de Negócio	Extração	7	7	1	1	16 (42,11%)
	Transformação	3	3	0	0	6 (15,79%)
	Misto	1	11	4	0	16 (42,11%)
Total		11 (28,95%)	21 (55,26%)	5 (13,16%)	1 (2,63%)	38 (100%)

Após o cruzamento dos dados, verificou-se que a maioria das empresas são de pequena dimensão e dedicam-se essencialmente à extração ou têm um negócio do tipo misto. Ainda de referir que as empresas de transformação são de reduzida dimensão.

4.1.2 Responsabilidade Social Corporativa

A secção III do questionário está diretamente relacionada com a RSC. Pretende-se compreender, de uma forma geral, o conhecimento e perceção que as empresas têm deste conceito, se já é implementado nas suas empresas e o grau de divulgação das ações de RSC. Também se pretende estabelecer uma relação entre a dimensão das empresas da indústria extrativa e o seu conhecimento sobre RSC, bem como relacionar as variáveis em estudo.

Na Figura 10 é possível observar as respostas à questão III.1 do questionário, cujo objetivo é compreender a perceção das empresas relativamente a esta temática.

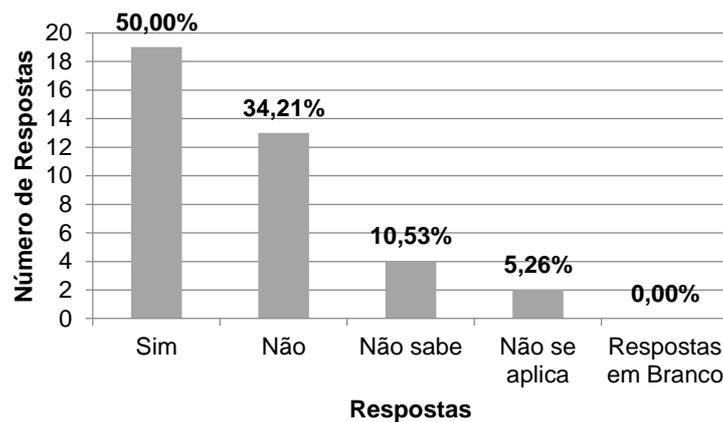


Figura 10 - Respostas à questão III.1 (Fonte: Questionário).

Verifica-se que metade das empresas inquiridas já se encontra sensibilizada para a RSC, o que mostra também que este é um tema com alguma visibilidade na indústria extrativa, e que esta já lhe reconhece importância nas suas preocupações e objetivos.

Seguidamente, tenta-se perceber se a perceção sobre a RSC se relaciona com as diferentes localizações. Os resultados podem ser consultados na Tabela 7.

Tabela 7 – Respostas à questão III.1 vs. localização (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Norte	10	2	1	1	0	14 (31,82%)
Grande Porto	1	1	1	0	0	3 (6,82%)
Centro	7	7	2	0	0	16 (36,36%)
Grande Lisboa	3	1	0	0	0	4 (9,09%)
Sul	3	3	0	1	0	7 (15,91%)
Ilhas	0	0	0	0	0	0 (0,00%)
Total	24 (54,55%)	14 (31,82%)	4 (9,09%)	2 (4,55%)	0 (0,00%)	44 (100%)

Nota: O número de respostas obtidas foram 38, no entanto o inquirido podia escolher mais do que uma localização, por isso, obtiveram-se 44 localizações.

Deste modo, é possível concluir que é no Norte e na Grande Lisboa que as empresas se encontram mais sensibilizadas para esta temática, pois, foi nestas duas regiões que o Sim obteve maior percentagem relativamente ao Não.

Seguindo o mesmo procedimento, vai-se agora tentar compreender se existe algum tipo de relação entre o tipo de negócio e a perceção sobre a RSC. Os resultados obtidos encontram-se expostos na Tabela 8.

Tabela 8 – Respostas à questão III.1 vs. tipo de negócio (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Extração	8	6	2	0	0	16 (42,11%)
Transformação	0	3	1	2	0	6 (15,79%)
Misto	11	4	1	0	0	16 (42,11%)
Total	19 (50,00%)	13 (34,21%)	4 (10,53%)	2 (5,26%)	0 (0,00%)	38 (100%)

Verifica-se que as empresas cujo tipo de negócio é misto são aquelas que têm mais consciência para a RSC. Já as respostas das empresas de transformação mostram que estas não têm qualquer conhecimento do que é a RSC.

Como já foi dito anteriormente, pretende-se estabelecer uma relação entre a dimensão das empresas com a sua perceção sobre RSC. Assim, para concretizar este objetivo procedeu-se a um cruzamento de dados, cujos resultados podem ser observados na Tabela 9.

Tabela 9 – Respostas à questão III.1 vs. dimensão das empresas (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Micro	5	4	0	2	0	11 (28,95%)
Pequena	8	9	4	0	0	21 (55,26%)
Média	5	0	0	0	0	5 (13,16%)
Grande	1	0	0	0	0	1 (2,63%)
Total	19 (50,00%)	13 (34,21%)	4 (10,53%)	2 (5,26%)	0 (0,00%)	38 (100%)

Verifica-se que a RSC é mais conhecida pelas empresas de maior dimensão do que pelas de menor dimensão. Salienta-se, ainda, o facto de todas as empresas de média e grande dimensão terem respondido que conhecem o conceito. Este resultado está de acordo com a revisão bibliográfica, pois as pequenas empresas argumentam que a RSC é da responsabilidade das grandes empresas e não delas, desvalorizando, por isso, o tema.

A questão III.2 do questionário pretende ficar a conhecer o grau de divulgação das ações de RSC que as empresas inquiridas possuem. Os resultados obtidos encontram-se na Figura 11.

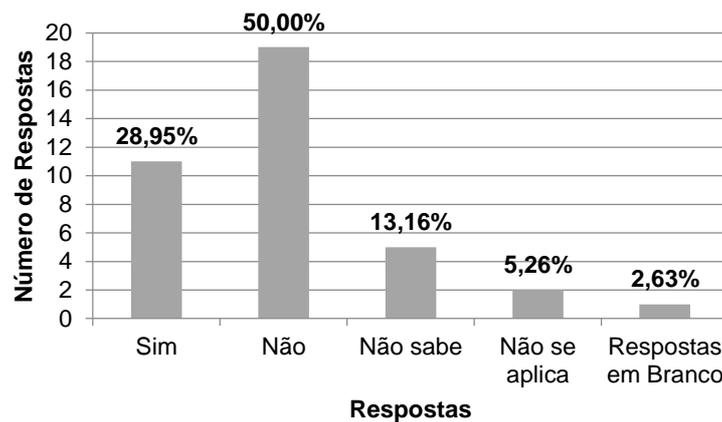


Figura 11 - Respostas à questão III.2 (Fonte: Questionário).

O grau de divulgação das ações levadas a cabo pelas empresas é bastante reduzido, uma vez que metade das empresas não divulga as mesmas.

Assim, verifica-se que metade das empresas está a desperdiçar uma fonte poderosa de reconhecimento e valorização pública, pois, se todos os seus *stakeholders* ficarem a par das suas ações, o seu desempenho certamente que beneficiará. Uma vez que a comunicação é uma das ferramentas mais poderosas de uma boa gestão empresarial, este é um ponto que deve ser melhorado.

À semelhança do que já foi feito para a questão III.1 vai-se ver se existe algum tipo de relação entre o grau de divulgação e a localização, tipo de negócio e dimensão da empresa. Os resultados obtidos para o grau de divulgação das ações de RSC *versus* localização encontram-se na Tabela 10.

Tabela 10 – Respostas à questão III.2 vs. localização (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Norte	4	6	2	1	1	14 (31,82%)
Grande Porto	1	1	1	0	0	3 (6,82%)
Centro	2	12	2	0	0	16 (36,36%)
Grande Lisboa	2	2	0	0	0	4 (9,09%)
Sul	2	4	0	1	0	7 (15,91%)
Ilhas	0	0	0	0	0	0 (0,00%)
Total	11 (25,00%)	25 (56,82%)	5 (11,36%)	2 (4,55%)	1 (2,27%)	44 (100%)

Nota: O número de respostas obtidas foram 38, no entanto o inquirido podia escolher mais do que uma localização, por isso, obtiveram-se 44 localizações.

Deste modo, é possível verificar que é maioritariamente no Centro que se verifica existir nas empresas um grau mais baixo de divulgação das ações de RSC.

Seguidamente, na Tabela 11, apresentam-se os resultados relativamente ao tipo de negócio *versus* o grau de divulgação das ações de RSC.

Tabela 11 – Respostas à questão III.2 vs. tipo de negócio (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Extração	4	10	2	0	0	16 (42,11%)
Transformação	0	3	1	2	0	6 (15,79%)
Misto	7	6	2	0	1	16 (42,11%)
Total	11 (28,95%)	19 (50,00%)	5 (13,16%)	2 (5,26%)	1 (2,63%)	38 (100%)

Após análise da Tabela 11 verifica-se que os resultados obtidos relativamente ao grau de divulgação das ações de RSC *versus* o tipo de negócio são inconclusivos, pois não foi possível estabelecer uma relação entre estas variáveis. No entanto, é notório que as empresas não têm meios para comunicar o que fazem na área da RSC, tal como já foi dito anteriormente.

Na Tabela 12, encontram-se expostos os resultados obtidos para o cruzamento de dados entre a dimensão das empresas inquiridas e o grau de divulgação das ações de RSC.

Tabela 12 – Respostas à questão III.2 vs. dimensão das empresas (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Micro	2	6	1	2	0	11 (28,95%)
Pequena	5	11	4	0	1	21 (55,26%)
Média	3	2	0	0	0	5 (13,16%)
Grande	1	0	0	0	0	1 (2,63%)
Total	11 (28,95%)	19 (50,00%)	5 (13,16%)	2 (5,26%)	1 (2,63%)	38 (100%)

Através da Tabela 12, é possível concluir que são principalmente as pequenas empresas a não divulgar as ações de RSC levadas a cabo pelas mesmas.

No sentido de se perceber o tipo de ações praticadas pelas empresas no âmbito da RSC, elaborou-se uma questão nesse sentido, sendo possível consultar os resultados obtidos nos gráficos da Figura 12.

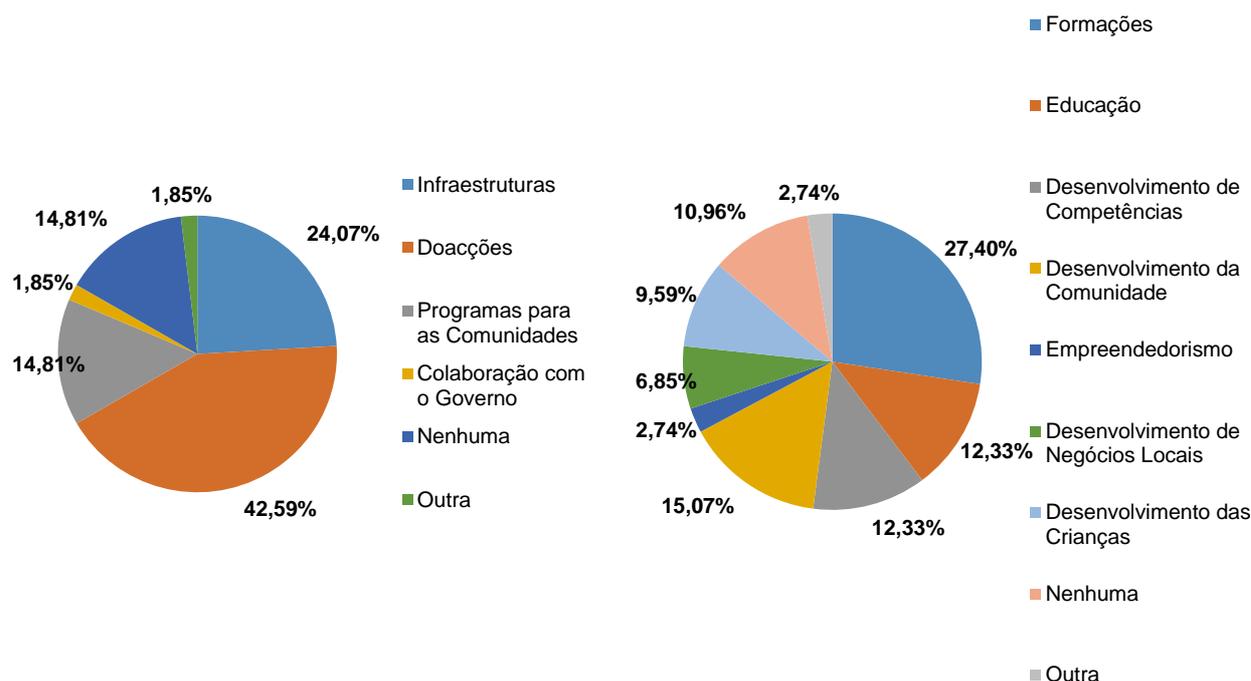


Figura 12 - Respostas à questão III.3 e à questão III.4 (Fonte: Questionário).

Pelos gráficos anteriores e, apesar de, muitas empresas terem dito que não tinham ações de RSC, o facto é que tal não se verificou, ou seja, consegue-se perceber com isto que as empresas, de facto, não sabem nem estão a par do que é o conceito e o que ele envolve. Pois, como se pode ver pela Figura 12, a maioria das empresas tem uma preocupação com, pelo menos, alguns dos seus *stakeholders*, contribuindo essencialmente com infraestruturas, doações, programas para as comunidades e formações, essencialmente.

Deste modo, conclui-se que as ações levadas a cabo pelas empresas são ações isoladas, não fazendo parte de um modelo de gestão de RSC, podendo estar a perder-se alguns benefícios que poderiam advir do mesmo, se este fosse correta e devidamente implementado, tais como uma melhoria da imagem/reputação das mesmas, uma melhoria do desempenho económico, bem como todas as outras vantagens já discutidas na revisão bibliográfica.

4.1.3 Políticas do local de trabalho

A secção IV do questionário é dedicada às políticas do local de trabalho pois, como já vimos, a RSC não está apenas virada para o exterior da empresa. Preocupa-se também com o ambiente de trabalho e o bem-estar dos trabalhadores.

Deste modo, procurou-se saber se as empresas incentivam os seus trabalhadores a desenvolverem uma carreira a longo prazo, sendo que a informação obtida encontra-se exposta na Figura 13.

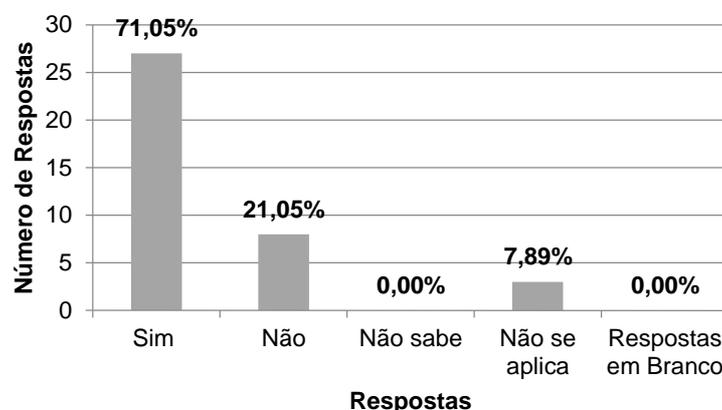


Figura 13 - Respostas à questão IV.1 (Fonte: Questionário).

Verifica-se que cerca de 70% das empresas respondeu afirmativamente, ou seja, há uma clara preocupação destas em proporcionar aos seus trabalhadores condições para que tenham uma carreira longa, mas que, ao mesmo tempo, tenham a oportunidade de evoluir ao longo da mesma.

Após se analisar o foco e a importância que as empresas nacionais da indústria extrativa dão ao incentivo ao desenvolvimento de carreiras de longo prazo aos trabalhadores, a questão IV.2 pretende investigar se as empresas tendem a adotar algum processo que garanta que sejam tomadas medidas adequadas, tanto no local de trabalho, como no momento da contratação, contra todas as formas de discriminação. Os resultados são apresentados na Figura 14.

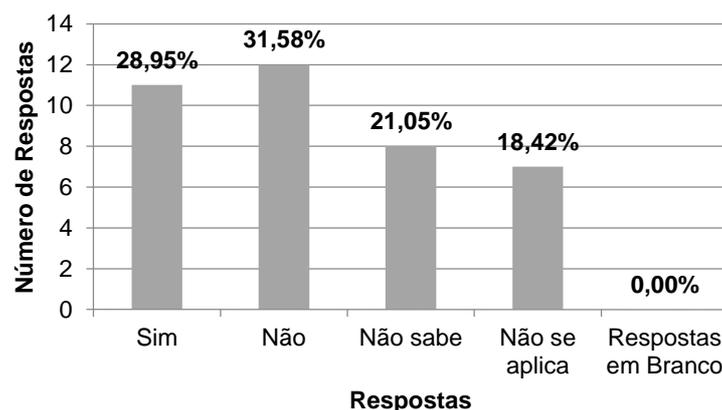


Figura 14 - Respostas à questão IV.2 (Fonte: Questionário).

Já em resposta à segunda questão, cerca de 32% das empresas revela que não tem qualquer tipo de cuidado relativamente a este tipo de situações, ainda que cerca de 29% das empresas já demonstre algum tipo de cuidado relativamente a este assunto.

No sentido de se analisar eventuais relações entre as respostas obtidas e as variáveis, localização, tipo de negócio e dimensão da empresa construíram-se tabelas onde seja possível evidenciar se essas mesmas relações existem ou não.

Assim sendo, na Tabela 13, estão expostos os resultados relativos à localização *versus* adoção de processos que garantam que sejam tomadas medidas adequadas, tanto no local de trabalho, como no momento da contratação, contra todas as formas de discriminação.

Tabela 13 – Respostas à questão IV.2 vs. localização (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Norte	3	4	3	4	0	14 (31,82%)
Grande Porto	1	0	1	1	0	3 (6,82%)
Centro	4	7	4	1	0	16 (36,36%)
Grande Lisboa	1	0	2	1	0	4 (9,09%)
Sul	2	2	1	2	0	7 (15,91%)
Ilhas	0	0	0	0	0	0 (0,00%)
Total	11 (25,00%)	13 (29,55%)	11 (25,00%)	9 (20,45%)	0 (0,00%)	44 (100%)

Nota: O número de respostas obtidas foram 38, no entanto o inquirido podia escolher mais do que uma localização, por isso, obtiveram-se 44 localizações.

Os resultados obtidos mostram que é na região Centro que existe uma maior reticência à adoção de processos que garantam que sejam tomadas medidas adequadas, tanto no local de trabalho, como no momento da contratação, contra todas as formas de discriminação.

Seguidamente, na Tabela 14, são apresentados os resultados obtidos para o cruzamento de dados tipo de negócio vs. adoção de processos que garantam que sejam tomadas medidas adequadas, tanto no local de trabalho, como no momento da contratação, contra todas as formas de discriminação.

Tabela 14 – Respostas à questão IV.2 vs. tipo de negócio (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Extração	4	5	3	4	0	16 (42,1%)
Transformação	1	2	2	1	0	6 (15,8%)
Misto	6	5	3	2	0	16 (42,1%)
Total	11 (28,95%)	12 (31,58%)	8 (21,05%)	7 (18,42%)	0 (0,00%)	38 (100%)

Pela análise da Tabela 14 verifica-se que as empresas cujo tipo de negócio é do tipo misto são as que apresentam os melhores resultados relativamente a esta questão. De salientar que a transformação apresenta um desempenho pouco favorável neste campo.

A Tabela 15 mostra os resultados alcançados para o cruzamento de informação da dimensão das empresas face à adoção de processos que garantam que sejam tomadas medidas adequadas, tanto no local de trabalho, como no momento da contratação, contra todas as formas de discriminação.

Tabela 15 – Respostas à questão IV.2 vs. dimensão das empresas (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Micro	2	4	2	3	0	11 (28,95%)
Pequena	6	7	5	3	0	21 (55,26%)
Média	2	1	1	1	0	5 (13,16%)
Grande	1	0	0	0	0	1 (2,63%)
Total	11 (28,95%)	12 (31,58%)	8 (21,05%)	7 (18,42%)	0 (0,00%)	38 (100%)

É possível observar que é nas empresas de maior dimensão que existe uma maior preocupação relativamente a esta temática. No entanto, realça-se o esforço existente das empresas de menor dimensão, que também já trabalham nesse sentido.

Ainda no seguimento da questão IV.2, tentou-se saber perante as empresas que responderam afirmativamente à referida questão, o tipo de medidas por elas adotadas, sendo que se obtiveram as seguintes respostas:

“Contratação por experiência adequada ao posto de trabalho, sem qualquer outra discriminação.”

“Não fazemos qualquer tipo de discriminação.”

“Aceita e integra colaboradores com dificuldades.”

“Advertência, aplicação de sanções disciplinares e no limite o despedimento, para aqueles que agem de forma discriminatória em relação aos grupos referidos.”

“O tratamento entre as pessoas da organização é incentivado a que seja sempre correto, independentemente, do cargo, género ou outro.”

“Procuramos ter elementos de ambos os sexos no nosso quadro de pessoal.”

“No processo de recrutamento garante-se que a vaga pode ser preenchida por homem ou mulher.”

Fonte: Questionário

De facto, existe uma preocupação por parte das empresas em promover a igualdade entre trabalhadores e que estes tenham todos o mesmo tratamento e as mesmas oportunidades.

Seguidamente, tentou-se compreender se as empresas têm a preocupação de consultar os seus trabalhadores relativamente a questões importantes da empresa e até da sua própria vida enquanto trabalhador. Os resultados obtidos podem ser consultados na Figura 15.

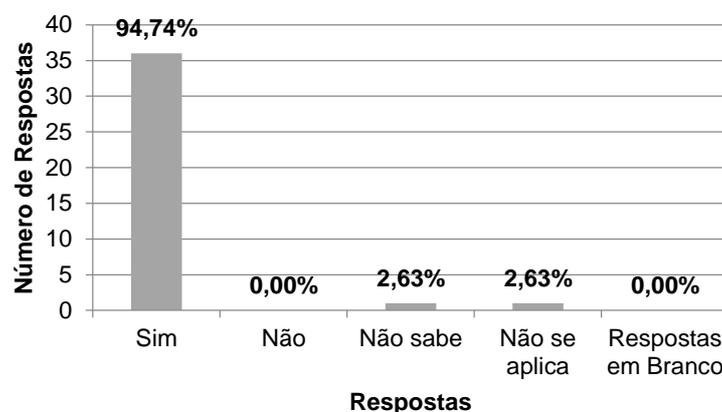


Figura 15 - Respostas à questão IV.3 (Fonte: Questionário).

Como é possível constatar, cerca de 95% das empresas já consulta os seus trabalhadores, o que é extremamente positivo, quer para a empresa quer para os mesmos, pois assim as empresas estão a ter em conta o seu *know-how* e a tirar partido dele e, ao mesmo tempo, os trabalhadores sentem-se valorizados pelos seus empregadores, ao mesmo tempo que lhes é reconhecida importância nas futuras tomadas de decisão da empresa.

No seguimento desta questão, tentou-se ainda perceber a frequência com que o fazem, sendo que os resultados obtidos estão patentes na Figura 16.

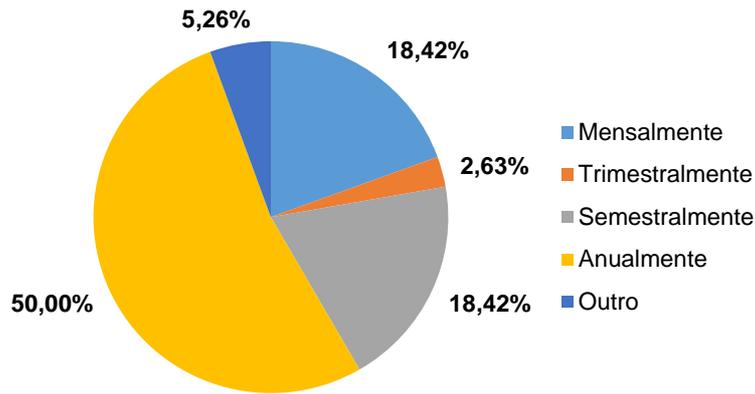


Figura 16 - Respostas à questão IV.3.1 (Fonte: Questionário).

Assim sendo, verifica-se que a maioria das empresas tende a consultar os seus trabalhadores anualmente o que, apesar de ser uma excelente iniciativa, pode ser reduzido, havendo pois a necessidade de incentivar as empresas a consultarem os seus trabalhadores mais frequentemente, de modo a motivá-los com as decisões das empresas.

Posteriormente, procurou-se saber se as empresas inquiridas dispõem de planos de saúde, segurança e apoio social que protejam adequadamente os seus trabalhadores, verificando-se que cerca de 84% das empresas já dispõem dos mesmos, no entanto, cerca de 11% não, o que é preocupante pois revela condições precárias de trabalho. Estes dados podem ser consultados na Figura 17.

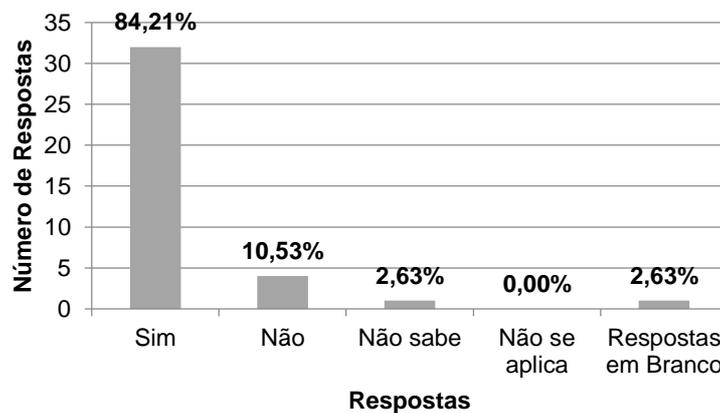


Figura 17 - Respostas à questão IV.4 (Fonte: Questionário).

4.1.4 Políticas ambientais

A secção V do questionário corresponde às práticas relativas a políticas ambientais. Assim sendo, tentou-se saber que tipo de medidas são adotadas pelas empresas neste âmbito. Nesse sentido

inquiriram-se as empresas sobre os gastos de energia, minimização, gestão e reciclagem de resíduos, poluição e proteção da natureza. As respostas delas a estas quatro questões encontram-se expostas na Figura 18, na Figura 19, na Figura 20 e na Figura 21, respetivamente.

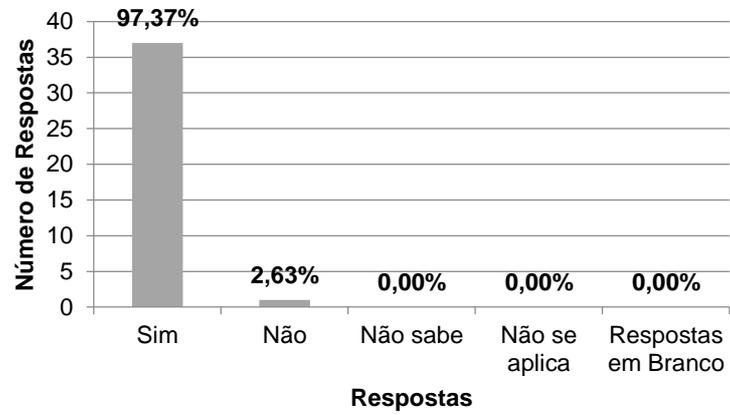


Figura 18 - Respostas à questão V.1 (Fonte: Questionário).

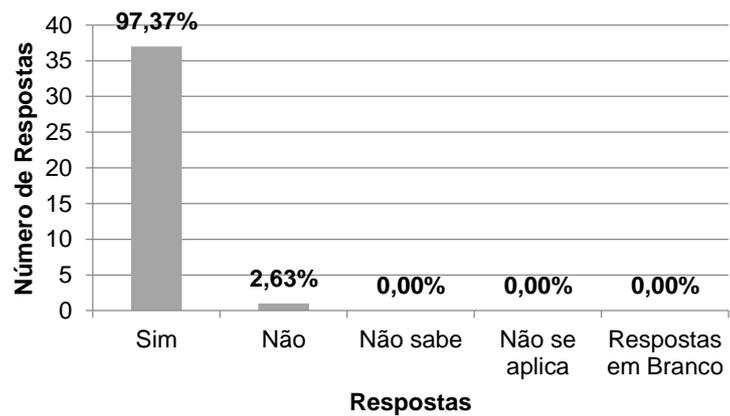


Figura 19 – Respostas à questão V.2 (Fonte: Questionário).

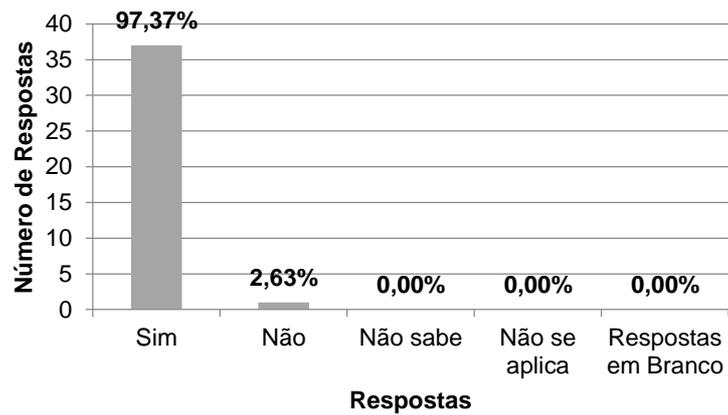


Figura 20 – Respostas à questão V.3 (Fonte: Questionário).

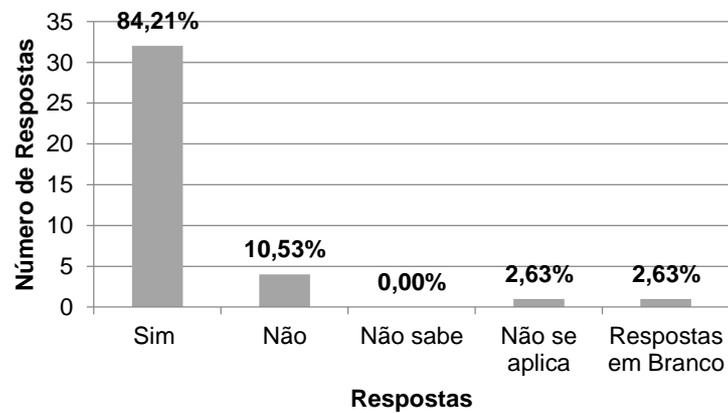


Figura 21 – Respostas à questão V.4 (Fonte: Questionário).

É possível observar que a grande maioria das empresas já leva a cabo medidas que minimizam os impactes ambientais já referidos, denotando uma forte preocupação com o meio-ambiente.

Seguidamente, tentou-se perceber se quando as empresas pretendem desenvolver novos projetos mineiros têm em conta potenciais impactes ambientais, pelo que, pela Figura 22, é possível constatar que cerca de 84% das empresas já os tem em conta quando pretendem desenvolver um novo projeto mineiro, o que revela que cada vez mais se opta pela prevenção, ao invés da remediação.

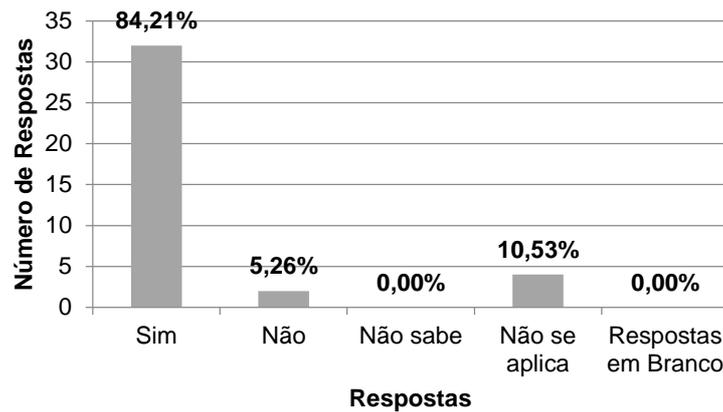


Figura 22 - Respostas à questão V.5 (Fonte: Questionário).

Novamente procurou-se saber se as empresas comunicam as suas ações no domínio ambiental para os seus *stakeholders* e a informação relativa a este assunto encontra-se registada na Figura 23.

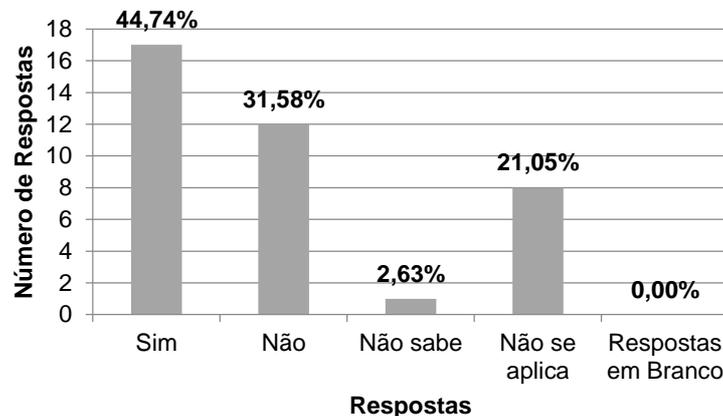


Figura 23 - Respostas à questão V.6 (Fonte: Questionário).

Apesar de, inicialmente, a maioria das empresas ter dito que não divulgava as suas medidas de RSC, estas respostas veem contrariar um pouco isso, uma vez que cerca de 45% das empresas afirma que divulga as suas medidas de âmbito ambiental, ou seja, mais uma vez, isto revela que as empresas não desenvolvem planos de gestão de RSC. Apenas desenvolvem ações isoladas, o que pode estar a comprometer os resultados, pois estes seriam claramente valorizados se as medidas fizessem parte de um plano organizado, corretamente implementado e bem monitorizado.

De modo a analisar estes resultados de uma forma mais completa procurou-se estudar se existe algum tipo de relação entre as respostas obtidas para esta questão e as variáveis que permitiram caracterizar as empresas tais como, a localização, o tipo de negócio e a dimensão da empresa.

Assim, na Tabela 16 estão expostos os resultados obtidos relativamente à localização *versus* disponibilização de informação ambiental clara e precisa sobre produtos, serviços e atividades aos clientes, fornecedores e comunidade local.

Tabela 16 – Respostas à questão V.6 vs. localização (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Norte	4	5	1	4	0	14 (31,82%)
Grande Porto	2	0	0	1	0	3 (6,82%)
Centro	9	4	0	3	0	16 (36,36%)
Grande Lisboa	4	0	0	0	0	4 (9,09%)
Sul	4	3	0	0	0	7 (15,91%)
Ilhas	0	0	0	0	0	0 (0,00%)
Total	23 (52,27%)	12 (27,27%)	1 (2,27%)	8 (18,18%)	0 (0,00%)	44 (100%)

Nota: O número de respostas obtidas foram 38, no entanto o inquirido podia escolher mais do que uma localização, por isso, obtiveram-se 44 localizações.

Verifica-se que é nas zonas metropolitanas do Porto e de Lisboa e no Centro que existem já procedimentos que permitem a disponibilização de informação ambiental clara e precisa sobre os produtos, os serviços e as atividades aos clientes, fornecedores e comunidade local.

Na Tabela 17 é possível observar os resultados obtidos relativamente ao tipo de negócio face à disponibilização de informação ambiental clara e precisa sobre produtos, serviços e atividades aos clientes, fornecedores e comunidade local.

Tabela 17 – Respostas à questão V.6 vs. tipo de negócio (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Extração	9	5	0	2	0	16 (42,11%)
Transformação	1	3	0	2	0	6 (15,79%)
Misto	7	4	1	4	0	16 (42,11%)
Total	17 (44,74%)	12 (31,58%)	1 (2,63%)	8 (21,05%)	0 (0,00%)	38 (100%)

Conclui-se que tanto a extração como o tipo de negócio misto revelam o mesmo desempenho relativamente a esta questão. No entanto, a transformação tende a não disponibilizar informação ambiental sobre os seus produtos, serviços e atividades aos clientes, fornecedores e comunidade local.

Na Tabela 18 estão expostos os resultados relativos ao cruzamento de informação da dimensão da empresa com a disponibilização de informação ambiental clara e precisa sobre produtos, serviços e atividades aos clientes, fornecedores e comunidade local.

Tabela 18 – Respostas à questão V.6 vs. dimensão das empresas (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Micro	3	4	1	3	0	11 (28,95%)
Pequena	9	7	0	5	0	21 (55,26%)
Média	4	1	0	0	0	5 (13,16%)
Grande	1	0	0	0	0	1 (2,63%)
Total	17 (44,74%)	12 (31,58%)	1 (2,63%)	8 (21,05%)	0 (0,00%)	38 (100%)

Pode constatar-se que são as empresas de maior dimensão que disponibilizam informação ambiental aos seus *stakeholders*, no entanto, é evidente que também já existe alguma preocupação nesse sentido por parte das empresas de menor dimensão.

Além disso, quis-se saber se as empresas eram capazes de identificar formas de utilizar a sustentabilidade dos seus produtos e serviços para obter uma vantagem sobre a concorrência, à qual cerca de 45% das empresas respondeu que sim, tal como é possível observar na Figura 24.

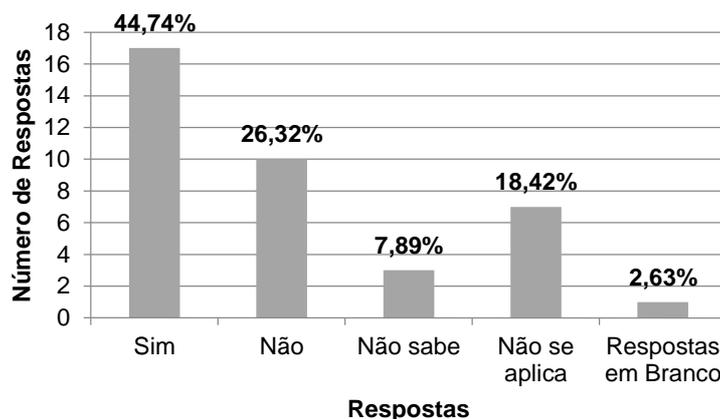


Figura 24 - Respostas à questão V.7 (Fonte: Questionário).

De modo a realizar uma análise mais aprofundada a estas respostas, uma vez que não se obteve uma tendência, proceder-se-á a um estudo mais detalhado das mesmas, utilizando-se as variáveis de caracterização das empresas, nomeadamente a localização, o tipo de negócio e a dimensão das empresas.

Na Tabela 19 estão expostos os resultados sobre a localização *versus* capacidade de identificação de formas de utilizar a sustentabilidade dos seus produtos e serviços para obter uma vantagem sobre a concorrência.

Tabela 19 – Respostas à questão V.7 vs. localização (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Norte	6	3	1	3	1	14 (31,82%)
Grande Porto	0	3	0	0	0	3 (6,82%)
Centro	9	2	2	3	0	16 (36,36%)
Grande Lisboa	3	1	0	0	0	4 (9,09%)
Sul	3	3	0	1	0	7 (15,91%)
Ilhas	0	0	0	0	0	0 (0,00%)
Total	21 (47,73%)	12 (27,27%)	3 (6,82%)	7 (15,91%)	1 (2,27%)	44 (100%)

Nota: O número de respostas obtidas foram 38, no entanto o inquirido podia escolher mais do que uma localização, por isso, obtiveram-se 44 localizações.

É possível observar que é no Norte, no Centro e na Grande Lisboa que as empresas já procuram usar a sustentabilidade como forma de obter vantagem sobre a concorrência.

Os resultados obtidos para o cruzamento de informação sobre o tipo de negócio relativamente à capacidade que as empresas têm de identificação de formas para utilizarem a sustentabilidade dos seus produtos e serviços, de modo a obterem uma vantagem sobre a concorrência, encontram-se na Tabela 20.

Tabela 20 – Respostas à questão V.7 vs. tipo de negócio (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Extração	7	5	1	3	0	16 (42,11%)
Transformação	0	2	1	3	0	6 (15,79%)
Misto	10	3	1	1	1	16 (42,11%)
Total	17 (44,74%)	10 (26,32%)	3 (7,89%)	7 (18,42%)	1 (2,63%)	38 (100%)

Conclui-se que são as empresas cujo tipo de negócio é misto que apresentam melhores resultados para esta questão.

Na Tabela 21 estão representados os resultados obtidos relativamente à dimensão das empresas face à capacidade de identificação que as empresas têm ao encontrar formas de utilizar a sustentabilidade dos seus produtos e serviços para obter uma vantagem sobre a concorrência.

Tabela 21 – Respostas à questão V.7 vs. dimensão das empresas (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Micro	4	2	1	4	0	11 (28,95%)
Pequena	9	7	2	3	0	21 (55,26%)
Média	3	1	0	0	1	5 (13,16%)
Grande	1	0	0	0	0	1 (2,63%)
Total	17 (44,74%)	10 (26,32%)	3 (7,89%)	7 (18,42%)	1 (2,63%)	38 (100%)

Verifica-se, mais uma vez, que as empresas de maior dimensão são aquelas que já procuram identificar formas de utilizar a sustentabilidade como vantagem sobre a concorrência.

Como foi possível observar já existe um grande compromisso ambiental por parte das empresas. No entanto, é importante salientar que a legislação portuguesa relativa a estas questões é bastante rigorosa e detalhada, o que pode explicar os bons resultados obtidos neste campo por parte das empresas. Deste modo, estas ações podem não ser consideradas ações de RSC, uma vez que estas apenas visam o cumprimento imposto por lei, não vão além desta imposição.

Deste modo, e analisando estas questões, acredita-se que a RSC tem um grande potencial nesta indústria, pois que, apesar de a maioria das empresas estar a fazer as coisas corretamente na parte ambiental, talvez por imposição legal, se as transpuser para a parte social e económica obterá vantagem sob empresas que não sejam social e ambientalmente responsáveis.

4.1.5 Políticas de mercado

A secção VI do questionário tem em conta as políticas de mercado que as empresas da indústria extrativa tendem a adotar, pois estas têm uma grande influência nos seus *stakeholders*.

Assim, procurou-se questionar as empresas sobre se estas utilizam algum processo de registo e tratamento de reclamações apresentadas por clientes, fornecedores e parceiros comerciais, sendo que as respostas obtidas encontram-se na Figura 25.

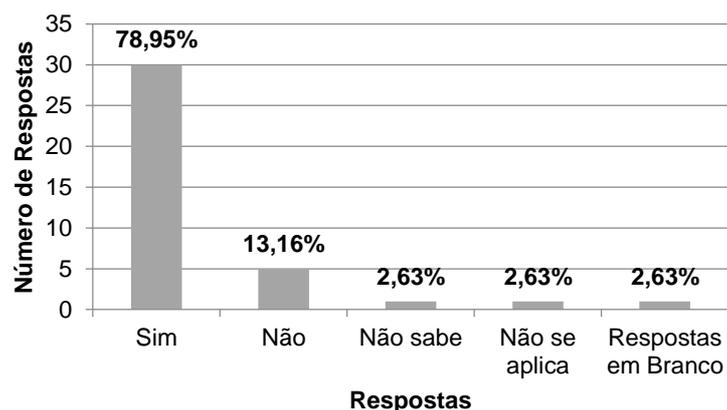


Figura 25 - Respostas à questão VI.1 (Fonte: Questionário).

Verifica-se que a grande maioria das empresas já possui algum tipo de processo de registo e tratamento de reclamações, sendo este um resultado bastante positivo, pois que esta é uma forma de gerir o risco inerente aos *stakeholders* e que pode afetar drasticamente o negócio de qualquer empresa se não for tratado devidamente.

As empresas também foram questionadas acerca de uma possível cooperação com outras empresas ou organizações na abordagem de questões suscitadas pela responsabilidade empresarial, sendo que, neste caso cerca de 47% das empresas afirma que já o faz. Contudo, cerca de 26% das empresas não o faz, e o sector teria a ganhar se verificasse uma maior cooperação nesta matéria, pois todas as empresas sairiam mais fortes. A informação relativa a esta questão encontra-se na Figura 26.

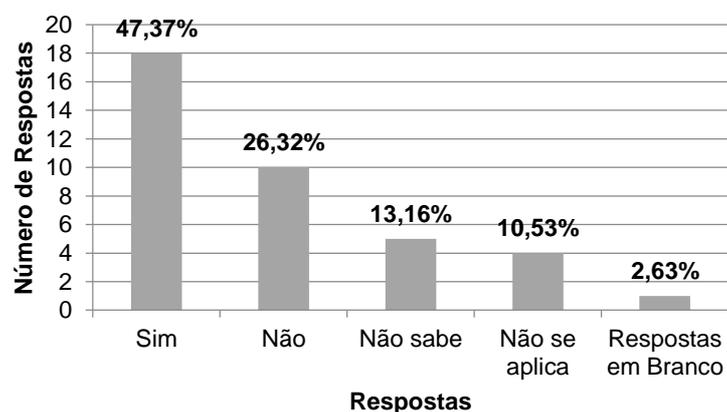


Figura 26 - Respostas à questão VI.2 (Fonte: Questionário).

Uma vez que não se obteve uma tendência geral nas respostas obtidas, proceder-se-á a um estudo mais detalhado dessas mesmas respostas.

Na Tabela 22 é possível observar os resultados obtidos para o cruzamento de informação relativa à localização tendo em conta as respostas obtidas sobre uma possível cooperação com outras empresas ou organizações na abordagem de questões suscitadas pela responsabilidade empresarial.

Tabela 22 – Respostas à questão VI.2 vs. localização (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Norte	4	4	3	2	1	14 (31,82%)
Grande Porto	2	1	0	0	0	3 (6,82%)
Centro	7	4	2	2	1	16 (36,36%)
Grande Lisboa	3	0	0	0	1	4 (9,09%)
Sul	4	1	0	1	1	7 (15,91%)
Ilhas	0	0	0	0	0	0 (0,00%)
Total	20 (45,45%)	10 (22,73%)	5 (11,36%)	5 (11,36%)	4 (9,09%)	44 (100%)

Nota: O número de respostas obtidas foram 38, no entanto o inquirido podia escolher mais do que uma localização, por isso, obtiveram-se 44 localizações.

Analisando as respostas, verifica-se que é principalmente nas Regiões Centro, Sul e Grande Lisboa onde as empresas se mostram mais suscetíveis e abertas à colaboração de umas com as outras e/ou entre organizações.

Os resultados relativos a uma possível cooperação com outras empresas ou organizações sobre questões da responsabilidade empresarial *versus* o tipo de negócio encontram-se na Tabela 23.

Tabela 23 – Respostas à questão VI.2 vs. tipo de negócio (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Extração	5	5	2	3	1	16 (42,11%)
Transformação	2	3	0	1	0	6 (15,79%)
Misto	11	2	3	0	0	16 (42,11%)
Total	18 (47,37%)	10 (26,32%)	5 (13,16%)	4 (10,53%)	1 (2,63%)	38 (100%)

Analisando a tabela, conclui-se que, mais uma vez, são as empresas cujo negócio é do tipo misto que apresentam melhores resultados nesta temática.

Os resultados obtidos para o cruzamento de informação da dimensão das empresas, relativamente a uma possível cooperação com outras empresas ou organizações na abordagem de questões suscitadas pela responsabilidade empresarial, estão expostos na Tabela 24.

Tabela 24 – Respostas à questão VI.2 vs. dimensão das empresas (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Micro	2	4	3	2	0	11 (28,95%)
Pequena	11	6	2	2	0	21 (55,26%)
Média	4	0	0	0	1	5 (13,16%)
Grande	1	0	0	0	0	1 (2,63%)
Total	18 (47,37%)	10 (26,32%)	5 (13,16%)	4 (10,53%)	1 (2,63%)	38 (100%)

Constata-se que as empresas de maior dimensão são aquelas que já evidenciam uma maior abertura para uma possível cooperação entre si e/ou entre organizações.

4.1.6 Políticas relativas à comunidade

A secção VII do questionário aborda as políticas que as empresas tendem a adotar relativamente às comunidades envolventes. Esta é uma das temáticas mais sensíveis relativamente à indústria extrativa, uma vez que muitos dos problemas que são colocados às empresas têm origem nas comunidades envolventes.

Assim, a primeira questão colocada tem a ver com as oportunidades de estágio ou de trabalho para jovens. A informação relativa às respostas a esta questão encontra-se exposta na Figura 27.

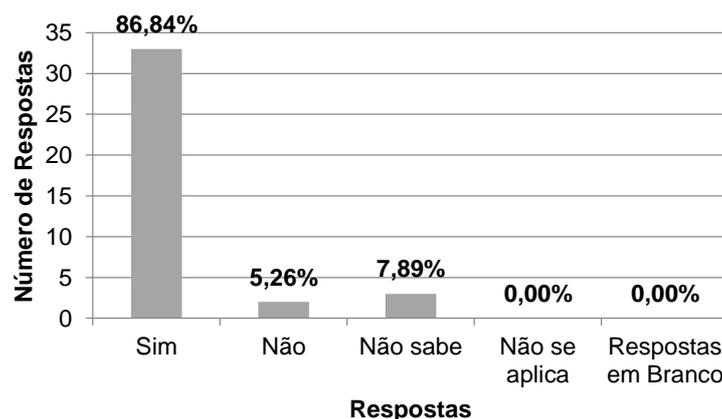


Figura 27 - Respostas à questão VII.1 (Fonte: Questionário).

Analisadas e tratadas as respostas, verifica-se que cerca de 87% das empresas inquiridas afirmam que oferecem oportunidades de estágio ou trabalho a jovens.

Seguidamente procurou-se saber se é prática comum das empresas dialogar com as comunidades locais sobre questões desfavoráveis, controversas ou delicadas que envolvam a empresa (como por exemplo, a acumulação de resíduos fora das suas instalações ou veículos a obstruírem as vias de comunicação). Esta informação consta na Figura 28.

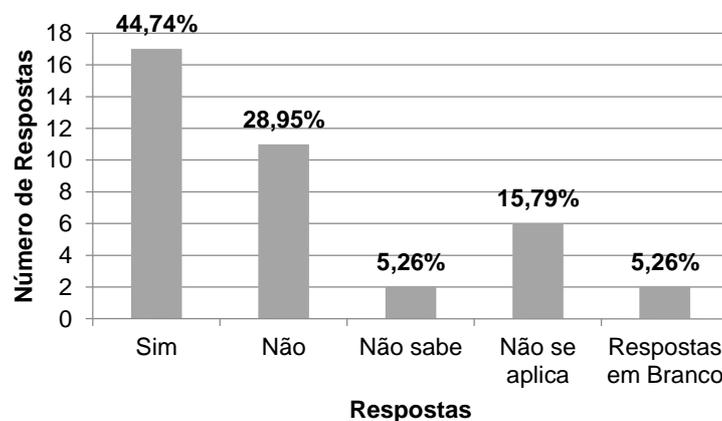


Figura 28 - Respostas à questão VII.2 (Fonte: Questionário).

Verifica-se que menos de metade das empresas costuma manter diálogo com as comunidades locais, o que pode afetar seriamente o negócio das mesmas. Assim, no sentido de se fazer uma análise mais detalhada destas respostas irá proceder-se ao cruzamento de dados, mais concretamente das respostas obtidas com a localização, o tipo de negócio e a dimensão das empresas.

Deste modo, na Tabela 25 consta a informação relativa à localização e respostas das empresas sobre um possível diálogo com a comunidade local sobre questões desfavoráveis, controversas ou delicadas que envolvam a mesma.

Tabela 25 – Respostas à questão VII.2 vs. localização (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Norte	7	3	1	2	1	14 (31,82%)
Grande Porto	1	2	0	0	0	3 (6,82%)
Centro	6	4	1	4	1	16 (36,36%)
Grande Lisboa	3	0	0	1	0	4 (9,09%)
Sul	3	2	0	2	0	7 (15,91%)
Ilhas	0	0	0	0	0	0 (0,00%)
Total	20 (45,45%)	11 (25,00%)	2 (4,55%)	9 (20,45%)	2 (4,55%)	44 (100%)

Nota: O número de respostas obtidas foram 38, no entanto o inquirido podia escolher mais do que uma localização, por isso, obtiveram-se 44 localizações.

Constata-se que é nas Regiões Norte e da Grande Lisboa que as empresas procuram alcançar e manter um diálogo com as comunidades envolventes.

Na Tabela 26 são apresentados os resultados relativos ao tipo de negócio *versus* o diálogo com a comunidade local sobre questões desfavoráveis, controversas ou delicadas que envolvam a empresa.

Tabela 26 – Respostas à questão VII.2 vs. tipo de negócio (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Extração	10	2	0	4	0	16 (42,11%)
Transformação	1	3	0	1	1	6 (15,79%)
Misto	6	6	2	1	1	16 (42,11%)
Total	17 (44,74%)	11 (28,95%)	2 (5,26%)	6 (15,79%)	2 (5,26%)	38 (100%)

Pela leitura da Tabela 26 é possível observar que são as empresas que se dedicam apenas à extração que mais procuram dialogar com as comunidades locais.

Os resultados obtidos para a dimensão das empresas face ao diálogo com a comunidade local sobre questões desfavoráveis, controversas ou delicadas que envolvam a empresa, encontram-se na Tabela 27.

Tabela 27 – Respostas à questão VII.2 vs. dimensão das empresas (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Micro	6	2	0	3	0	11 (28,95%)
Pequena	9	7	2	2	1	21 (55,26%)
Média	2	1	0	1	1	5 (13,16%)
Grande	0	1	0	0	0	1 (2,63%)
Total	17 (44,74%)	11 (28,95%)	2 (5,26%)	6 (15,79%)	2 (5,26%)	38 (100%)

A Tabela 27 revela que desta vez são as empresas de grande dimensão que apresentam resultados menos positivos, talvez não procuram dialogar com as comunidades envolventes por acharem que por terem uma dimensão mais considerável têm mais poder, o que não é necessariamente verdade, e, que por isso não necessitam das comunidades envolventes para prosperarem.

Também se tentou saber se as empresas procuram abastecer-se nos mercados locais. Esta informação encontra-se na Figura 29.

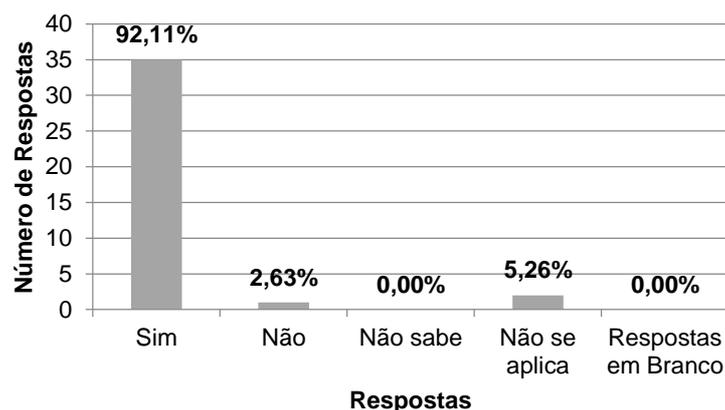


Figura 29 - Respostas à questão VII.3 (Fonte: Questionário).

Relativamente a esta questão a resposta é clara, cerca de 92% das empresas questionadas procura abastecer-se nos mercados locais, promovendo assim o comércio local.

A quarta questão colocada é sobre o incentivo que é dado aos trabalhadores no sentido de estes participarem em atividades da comunidade local (por exemplo, através da disponibilização de tempo e de conhecimentos especializados dos trabalhadores ou de outra ajuda prática), cujas respostas se encontram expostas na Figura 30.

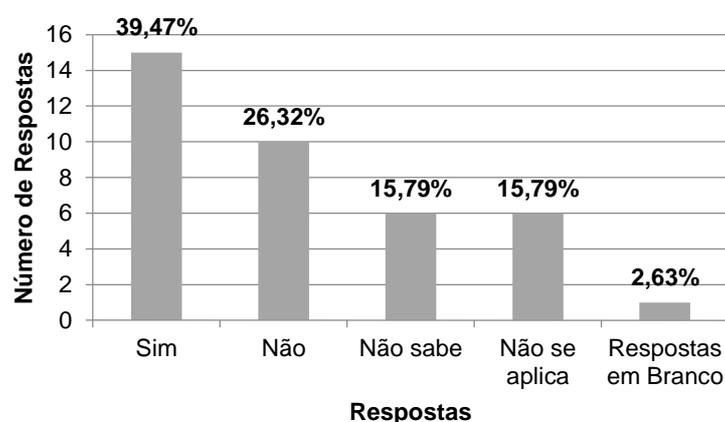


Figura 30 - Respostas à questão VII.4 (Fonte: Questionário).

Constata-se que cerca de 40% das empresas afirma que incentiva os seus trabalhadores a colaborarem nas atividades das comunidades locais, no entanto a grande maioria não o faz.

Assim, no sentido de se analisar mais detalhadamente as respostas obtidas proceder-se-á ao cruzamento de dados, como se fez anteriormente.

Na Tabela 28, estão expostos os resultados obtidos para a localização *versus* o incentivo que é dado aos trabalhadores para que estes participem em atividades da comunidade local.

Tabela 28 – Respostas à questão VII.4 vs. localização (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Norte	6	1	3	3	1	14 (31,82%)
Grande Porto	1	2	0	0	0	3 (6,82%)
Centro	8	4	2	2	0	16 (36,36%)
Grande Lisboa	3	1	0	0	0	4 (9,09%)
Sul	2	3	1	1	0	7 (15,91%)
Ilhas	0	0	0	0	0	0 (0,00%)
Total	20 (45,45%)	11 (25,00%)	6 (13,64%)	6 (13,64%)	1 (2,27%)	44 (100%)

Nota: O número de respostas obtidas foram 38, no entanto o inquirido podia escolher mais do que uma localização, por isso, obtiveram-se 44 localizações.

É possível observar e constatar que é na região Norte que se verifica um maior incentivo por parte das empresas, no sentido dos seus trabalhadores colaborarem com atividades das comunidades locais.

Os resultados obtidos para o tipo de negócio relativamente ao incentivo à participação em atividades da comunidade local por parte dos trabalhadores encontram-se expostos e sintetizados na Tabela 29.

Tabela 29 – Respostas à questão VII.4 vs. tipo de negócio (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Extração	7	4	3	2	0	16 (42,11%)
Transformação	1	2	0	2	1	6 (15,79%)
Misto	7	4	3	2	0	16 (42,11%)
Total	15 (39,47%)	10 (26,32%)	6 (15,79%)	6 (15,79%)	1 (2,63%)	38 (100%)

Da sua análise, conclui-se que as empresas que se dedicam à extração e as que são do tipo misto são aquelas que apresentam melhores resultados.

Na Tabela 30 consta a informação obtida e tratada relativa à dimensão das empresas *versus* o incentivo que é dado aos trabalhadores para participarem em atividades da comunidade local.

Tabela 30 – Respostas à questão VII.4 vs. dimensão das empresas (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Micro	5	0	3	3	0	11 (28,95%)
Pequena	6	9	3	2	1	21 (55,26%)
Média	4	0	0	1	0	5 (13,16%)
Grande	0	1	0	0	0	1 (2,63%)
Total	15 (39,47%)	10 (26,32%)	6 (15,79%)	6 (15,79%)	1 (2,63%)	38 (100%)

Observa-se na Tabela 30 que são as empresas de menor dimensão e as de média dimensão que obtiveram melhores resultados para esta questão.

4.1.7 Valores da empresa

A secção VIII do questionário corresponde aos valores das empresas.

Todas as empresas devem possuir o seu próprio código de conduta e valores, pois que, além de ser benéfico internamente, também pode ser uma excelente ferramenta de comunicação com o exterior da empresa.

Assim, o código de ética é uma ferramenta que procura a realização da visão, missão e valores da empresa. É a declaração formal das suas expectativas que serve para orientar as ações dos seus colaboradores e explicitar a postura da empresa diante dos diferentes *stakeholders*, fortalecendo a imagem da sua organização, acrescentando-lhe valor.

Deste modo, as questões dirigidas às empresas contemplavam a existência de um código de valores e regras de conduta. Os resultados obtidos para esta questão encontram-se expostos na Figura 31.

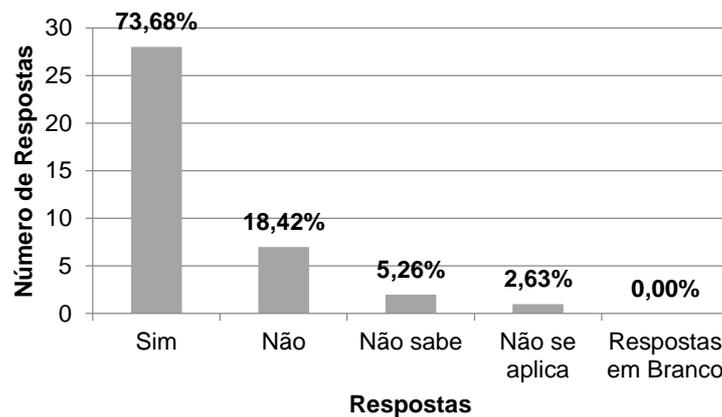


Figura 31 - Respostas à questão VIII.1 (Fonte: Questionário).

Da análise das respostas, verifica-se que mais de 70% das empresas respondeu afirmativamente à questão que lhes foi colocada, o que evidencia uma consciencialização das mesmas relativamente à importância de um código de valores e de conduta para o dia-a-dia de uma empresa.

Adicionalmente, questionaram-se as empresas para o facto de os seus clientes estarem ou não ocorrentes do código de valores e conduta, sendo que as respostas obtidas encontram-se expostas na Figura 32.

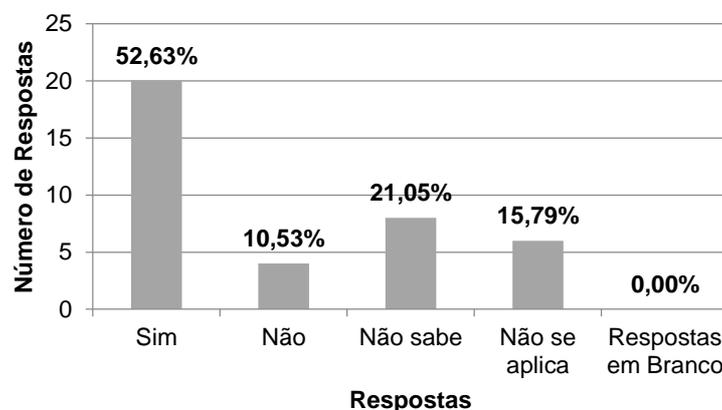


Figura 32 - Respostas à questão VIII.2 (Fonte: Questionário).

Conclui-se que mais de metade das empresas afirma que os seus clientes estão cientes dos valores e regras de conduta.

Posteriormente, e como não se obteve uma tendência generalizada nas respostas obtidas, procedeu-se à realização de um cruzamento de informação, mais precisamente entre as respostas obtidas, quanto à localização, o tipo de negócio e a dimensão das empresas.

Deste modo, na Tabela 31, são apresentados os resultados obtidos para a localização relativamente ao grau de conhecimento que os clientes têm dos valores da empresa.

Tabela 31 – Respostas à questão VIII.2 vs. localização (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Norte	6	2	4	2	0	14 (31,82%)
Grande Porto	1	0	2	0	0	3 (6,82%)
Centro	10	1	2	3	0	16 (36,36%)
Grande Lisboa	1	0	3	0	0	4 (9,09%)
Sul	2	1	2	2	0	7 (15,91%)
Ilhas	0	0	0	0	0	0 (0,00%)
Total	20 (45,45%)	4 (9,09%)	13 (29,55%)	7 (15,91%)	0 (0,00%)	44 (100%)

Nota: O número de respostas obtidas foram 38, no entanto o inquirido podia escolher mais do que uma localização, por isso, obtiveram-se 44 localizações.

Das respostas obtidas e tratadas, constata-se que é na região Norte e na região Centro que os clientes mais se preocupam com os valores das empresas inquiridas.

Na Tabela 32 estão expostos os resultados obtidos para o tipo de negócio relativamente ao grau de conhecimento que os clientes têm dos valores da empresa.

Tabela 32 – Respostas à questão VIII.2 vs. tipo de negócio (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Extração	7	2	3	4	0	16 (42,11%)
Transformação	1	2	1	2	0	6 (15,79%)
Misto	12	0	4	0	0	16 (42,11%)
Total	20 (52,63%)	4 (10,53%)	8 (21,05%)	6 (15,79%)	0 (0,00%)	38 (100%)

Deste modo, é visível que foram as empresas do tipo misto e de extração as que obtiveram um melhor desempenho nesta questão.

Na Tabela 33 encontram-se os resultados obtidos para a dimensão das empresas face ao grau de conhecimento que os clientes têm dos valores da empresa.

Tabela 33 – Respostas à questão VIII.2 vs. dimensão das empresas (Fonte: Questionário).

	Sim	Não	Não sabe	Não se aplica	Respostas em Branco	Total
Micro	3	2	2	4	0	11 (28,95%)
Pequena	14	2	3	2	0	21 (55,26%)
Média	2	0	3	0	0	5 (13,16%)
Grande	1	0	0	0	0	1 (2,63%)
Total	20 (52,63%)	4 (10,53%)	8 (21,05%)	6 (15,79%)	0 (0,00%)	38 (100%)

Conclui-se que apenas as empresas de menor dimensão apresentam resultados menos positivos.

Por fim, a última questão colocada pretendia procurar saber se as empresas proporcionavam formação aos seus trabalhadores sobre a importância dos valores e regras de conduta. Os resultados obtidos encontram-se expostos na Figura 33.

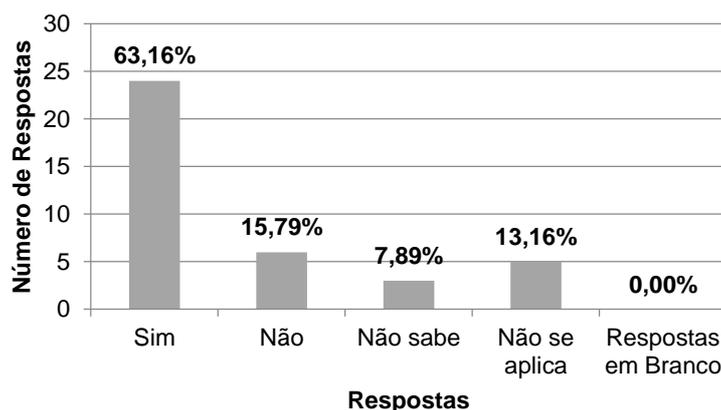


Figura 33 – Respostas à questão VIII.3 (Fonte: Questionário).

Conclui-se que cerca de 63% das empresas inquiridas proporciona formação aos seus trabalhadores sobre a importância e regras de conduta.

4.1.8 Perfis das empresas com e sem RSC

Após a análise de todas as respostas obtidas ao questionário foi possível traçar os perfis das empresas com e sem RSC.

Assim, uma empresa com RSC localiza-se preferencialmente na Região Norte, tem um negócio do tipo misto e tem uma dimensão grande ou média.

Uma empresa sem RSC localiza-se na Região Centro e no Grande Porto, dedica-se à transformação e tem uma dimensão micro ou pequena. Esta informação encontra-se sintetizada na Figura 34.

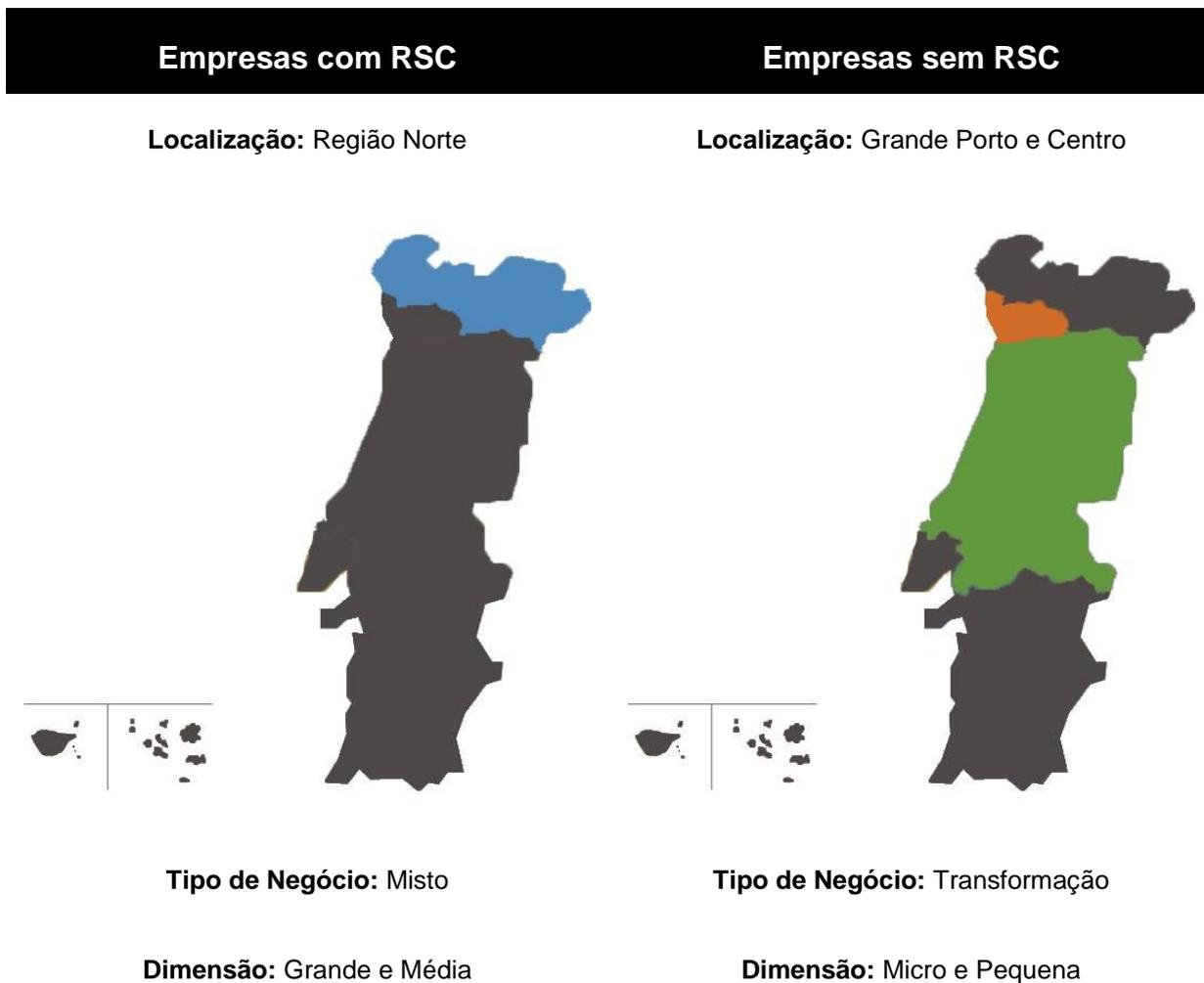


Figura 34 – Empresas com e sem RSC (Fonte: Questionário).

5. Conclusões

Esta dissertação teve e tem como principais objetivos o estudo e a caracterização do nível de implementação de práticas de RSC na indústria extrativa portuguesa. Partindo desta proposta o trabalho desenvolvido focou-se no desenvolvimento de um inquérito por questionário que permitisse obter o máximo de informação possível relativamente a essa temática.

Considerando estes objetivos e as respostas alcançadas ou recebidas aos inquéritos por questionário, pode afirmar-se que esta dissertação irá contribuir para uma maior compreensão da perceção que as empresas mineiras portuguesas têm da RSC e, ainda, do potencial que esta tem neste sector.

A maioria das empresas questionadas são de pequena ou média dimensão. Além de ter sido feita a sua caracterização, o questionário adotado abordou as diferentes componentes da RSC, nomeadamente: a economia, o ambiente e a sociedade.

As empresas, de uma forma geral, responderam que não tinham adotado práticas de RSC. No entanto, verificou-se que tal não era verdade, uma vez que, posteriormente responderam afirmativamente ao facto de terem medidas económicas, sociais e ambientais. Isto revela que as empresas não estão familiarizadas com o tema.

Um outro facto importante revelado por este estudo é o de que a maioria das empresas, muitas vezes, faz as coisas da forma correta. No entanto, não tira proveito disso, uma vez que não comunica aquilo que faz para os seus *stakeholders*, não estando a utilizar uma das ferramentas mais importantes para a gestão de expectativas e risco, que é a comunicação.

O estudo também revelou que as empresas dão maior importância às questões ambientais do que às questões sociais. No entanto, existe uma razão para a discrepância entre as duas componentes, pois que a legislação portuguesa é muito mais restrita e rigorosa para o ambiente do que para as questões sociais. Os problemas ambientais muitas das vezes são mais visíveis do que os problemas sociais, havendo uma maior preocupação em minimizá-los/mitigá-los. No entanto, deve-se salientar que as ações que apenas visem o cumprimento da lei, não devem ser consideradas ações de RSC.

Adicionalmente, também se pode concluir que o estudo realizado veio sustentar a revisão bibliográfica, uma vez que se verificou tudo o que a bibliografia previa para as PME's da indústria extrativa.

Contudo, e apesar de não ter sido possível obter um número de respostas representativo de todo o sector, como seria nosso desejo, a verdade é que pode afirmar-se que este estudo pode servir de base inicial a um estudo mais exaustivo e, ainda, à divulgação e proliferação do tema na indústria

extrativa, de modo a despertar as consciências e a envolver os empresários e/ou acionistas e organizações para tal.

Considerando os objetivos desta dissertação, e de acordo com os resultados obtidos, de uma forma geral, considera-se cumprido o âmbito deste trabalho. No entanto, claro está sempre é possível apresentar sugestões e melhorias, sendo estas expostas no capítulo seguinte.

6. Trabalho futuro

No que se refere à amostra, e sendo uma das principais limitações deste estudo, sugere-se que se proceda à realização de estudos semelhantes mas a nível regional, pois cada região de Portugal tem a sua própria cultura e hábitos enraizados, o que influencia o *modus operandi* a adotar em termos de RSC. Adicionalmente, sugere-se também a realização de um estudo para cada tipo de exploração.

Sugere-se ainda a realização de questionários aos diferentes *stakeholders* de uma empresa da indústria extrativa, no sentido de se conhecer quais as preocupações que estes têm relativamente às mesmas.

No seguimento deste estudo, e uma vez que a implementação de um novo sistema de gestão pode envolver custos, sugere-se a realização de um estudo adicional que vise contabilizar os custos inerentes à implementação de ações de RSC, bem como as possíveis receitas que delas possam advir.

Sugere-se, ainda, a realização de um estudo que avalie a viabilidade de implementação do modelo de gestão de RSC proposto na revisão bibliográfica.

No que se refere à metodologia adotada para este estudo, não foram usadas outras formas de obtenção de resultados, como por exemplo, a realização de entrevistas. Assim, para o futuro, sugere-se como complementação ao questionário a realização das mesmas, pois que essas irão dar mais ênfase aos resultados.

Uma das grandes dificuldades enfrentadas prende-se com a obtenção de respostas. Esclarecendo-se que foi logo a seguir ao envio do pedido de colaboração no preenchimento do questionário que se obtiveram a maioria das respostas, sendo que após uma semana do seu envio, a receção das mesmas decresceu consideravelmente, pelo que sugere-se que sejam enviados lembretes, de forma espaçada no tempo, de modo a lembrar as empresas. Acredita-se que com esta alteração ao procedimento, o número de respostas a obter aumentará significativamente.

Referências Bibliográficas

- Araújo, F. (2005). *Sistema de Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: Proposta para uma Organização Multinacional da Indústria Automobilística Brasileira*, Universidade Federal Fluminense.
- Amaro, A., Póvoa, A., Macedo, L. (2004/2005). *A arte de fazer questionários*, Faculdade de Ciências da Universidade do Porto – Departamento de Química.
- Borges, C. (2012). *Diagnóstico Práticas de Responsabilidade Social nas Empresas dos Açores, acesa*.
- Carrol, A. (1991). *The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders*, Business Horizons. In Batista, T. (2011). *Responsabilidade Social Corporativa nas Empresas no Algarve*, Universidade do Algarve.
- Clarkson, M. (1995). *A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance, The Academy of Management Review*. In Prado, L. (2011). *Avaliação das práticas de responsabilidade social corporativa nos diversos portes de varejo de alimentos*, Universidade de São Paulo.
- Comissão das Comunidades Europeias (2001). *Livro Verde – Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*.
- Comissão das Comunidades Europeias (2001). *Livro Verde – Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas*. In Gonçalves, R. (2012). *Responsabilidade social nas organizações – Avaliação das motivações no desenvolvimento e implementação de práticas socialmente responsáveis*, Instituto Superior de Línguas e Administração, Vila Nova de Gaia.
- Costa Neto, P. (1977). *Estatística*. São Paulo: Edgard Blücher, pp. 264. In Oliveira, K., Almeida, K., Barbosa, T. (2012). *Amostragens Probabilística e Não Probabilística: técnicas e aplicações na determinação de amostras*, Universidade Federal do Espírito Santo.
- DGEG (2014). Acedido em Outubro 2014: <http://www.dgeg.pt/>
- DiMaggio, P.J., and Powell W.W. (1983). *The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields*, American Sociological Review, 48, pp. 147-160. In Vo, L. (2011). *Corporate Social Responsibility and SMEs: a literature review and agenda for future research*, France.

- Donaldson, T., Preston, L. (1995). *The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implications*, *Academy of Management Review*, v.20, n.1, pp. 65-91. In Prado, L. (2011). *Avaliação das práticas de responsabilidade social corporativa nos diversos portes de varejo de alimentos*, Universidade de São Paulo.
- Falck, O., Heblich, S. (2007). *Corporate social responsibility: doing well by doing good*, *Business Horizons*. In Prado, L. (2011). *Avaliação das práticas de responsabilidade social corporativa nos diversos portes de varejo de alimentos*, Universidade de São Paulo.
- Franco, A. (2014). *Desafios actuais e a nova visão para o futuro da indústria extractiva*, XX Congresso Nacional da Ordem dos Engenheiros – Uma estratégia para Portugal, Porto.
- Frederick, W, Davis, K. e Post, J. (1988). *Business and Society: Corporate Strategy, Public Policy, Ethics*. Sixth Edition, New York: McGraw-Hill. In Magalhães, C. M. (2009) *Responsabilidade social e regulada no sector metalomecânico brasileiro e português: um estudo comparativo à luz da cultura*, Universidade do Minho.
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston: Pitman. In Batista, T. (2011). *Responsabilidade Social Corporativa nas Empresas no Algarve*, Universidade do Algarve.
- Freire, R., Souza, M. (2010). *Responsabilidade Social Corporativa: Um enfoque a partir dos principais modelos teóricos*, VI Congresso Nacional de Excelência em Gestão.
- Garriga, E., Melé, D. (2004). *Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory*, *Journal of Business Ethics*.
- Gonçalves, J. (2009). Amostragem: conceitos básicos. Disponível em: <http://www.ebah.com.br/content/ABAAAVCsAA/amostragem>. Acesso em: 20 maio 2012. In Oliveira, K., Almeida, K., Barbosa, T. (2012). *Amostragens Probabilística e Não Probabilística: técnicas e aplicações na determinação de amostras*, Universidade Federal do Espírito Santo.
- Jenkins, H. (2004). *A critique of conventional CSR theory: An SME perspective*, *Journal of General Management*, 29, pp. 37-57. In Vo, L. (2011). *Corporate Social Responsibility and SMEs: a literature review and agenda for future research*, France.
- Jones, T. (1995). *Instrumental stakeholder theory: a synthesis of ethics and economics*, *Academy of Management Review*, v.20, n.2, pp. 404-37. In Prado, L. (2011). *Avaliação das práticas de responsabilidade social corporativa nos diversos portes de varejo de alimentos*, Universidade de São Paulo.

- Longo, M., Mura, M. and Bonoli, A. (2005). *Corporate social responsibility and corporate performance: The case of Italian SMEs*, Corporate Governance, v.5, pp. 28-42. In Vo, L. (2011). *Corporate Social Responsibility and SMEs: a literature review and agenda for future research*, France.
- Massoud, J. (2010). *Exploring small and medium enterprise social responsibility in Argentina*, Unpublished Ph.D. thesis, New Mexico State University. In Vo, L. (2011). *Corporate Social Responsibility and SMEs: a literature review and agenda for future research*, France.
- Marques, M., Teixeira, C. (2008) *A Responsabilidade Social das Empresas e o Desempenho Organizacional*, Revista de Estudos Politécnicos, v.6, n.10, pp. 149-164. In Batista, T. (2011). *Responsabilidade Social Corporativa nas Empresas no Algarve*, Universidade do Algarve.
- Mattar, H. (2001). *Os novos desafios da Responsabilidade Social Empresarial. Julho 2001*, Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Ano 2, n.5. São Paulo. In Batista, T. (2011). *Responsabilidade Social Corporativa nas Empresas no Algarve*, Universidade do Algarve.
- McGuire, J., Sundgren, A. e Schneeweis, T. (1988). *Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance*. Academy of Management Journal, v.31, n.4, pp. 854-872. In Batista, T. (2011). *Responsabilidade Social Corporativa nas Empresas no Algarve*, Universidade do Algarve.
- Mendes, R. (2009). *Responsabilidade social: da literatura à prática*, Universidade de Aveiro. Aveiro. In Boas, T. (2013). *A Visão Interna da Responsabilidade Social e da Inovação – Estudo de Caso da Auchan Portugal Hipermercados, S. A.*, Universidade Fernando Pessoa, Porto.
- Mohr, L., Webb, D., Harris, K. (2001). *Do Consumers Expect Companies to be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behavior*, Journal of Consumer Affairs. In Silva, R., Chauvel, M. (2010). *A Responsabilidade Social das Empresas e seus Efeitos no Comportamento do Consumidor: Um Estudo Qualitativo*, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- Nahapiet, J. and Ghoshal, S. (1998). *Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage*, Academy of Management Review, v.2, pp. 242-266. In Vo, L. (2011). *Corporate Social Responsibility and SMEs: a literature review and agenda for future research*, France.
- Neto, F., Froes, C. (2004). *Gestão da responsabilidade social corporativa*, 2ª edição, Rio de Janeiro.
- PWC (PricewaterhouseCoopers), (2013). *Principais desafios da indústria em Portugal – 2013*.

Presidência do Conselho de Ministros., *Resolução do Conselho de Ministros nº78/2012*, 1.ª Série, N.º 176, Diário da República, 2012.

Ranängen, H. (2013). *Corporate Social Responsibility Practice in the Mining Industry*, Luleå University of Technology.

Rodrigues, J., e Duarte, M., (2012). *Responsabilidade social e ambiental das empresas*. In Gonçalves, R. (2012). *Responsabilidade social nas organizações – Avaliação das motivações no desenvolvimento e implementação de práticas socialmente responsáveis*, Instituto Superior de Línguas e Administração, Vila Nova de Gaia.

Spence, L.J., Jeurissen, R. and Rutherford, R. (2000). *Small business and the environment in the UK and the Netherlands: Toward stakeholder cooperation*, Business Ethics Quarterly, 10, pp. 945-965. In Vo, L. (2011). *Corporate Social Responsibility and SMEs: a literature review and agenda for future research*, France.

Spence, L. (1999). *Does size matter? The state of the art in small business ethics*, Business Ethics: A European Review, 8, pp. 163-172. In Vo, L. (2011). *Corporate Social Responsibility and SMEs: a literature review and agenda for future research*, France.

Sweeney, L. (2007). *Corporate social responsibility in Ireland: Barriers and opportunities experienced by SMEs when undertaking CSR*, Corporate Governance, 7, pp. 516-523. In Vo, L. (2011). *Corporate Social Responsibility and SMEs: a literature review and agenda for future research*, France.

Vintró, C., Fortunity, J., Sanmiquel, L., Freijo, M., Edo, J. (2012). *Is Corporate Social Responsibility possible in the mining sector? Evidence from Catalan companies*, Polytechnic University of Catalonia.

Vintró, C., Comnuncosa, J. (2009). *Corporate Social Responsibility in the Mining Industry: Criteria and Indicators*, Polytechnic University of Catalonia.

Vo, L. (2011). *Corporate Social Responsibility and SMEs: a literature review and agenda for future research*, France.

<https://en.wikipedia.org/wiki/PDCA> - Site consultado no dia 2 de Setembro de 2015 pelas 20:04 horas.

ANEXOS

ANEXO A

Inquérito por questionário enviado às empresas da indústria extrativa, relativamente à temática da Responsabilidade Social Corporativa.

Ex. mos Senhores,

A aluna do Mestrado em Engenharia Geológica e de Minas, Filipa Figueiredo, no âmbito da dissertação – Responsabilidade Social Corporativa na Indústria Extrativa em Portugal – solicita a colaboração no preenchimento de um inquérito alusivo ao tema e que conta com a participação da DGEG/DSMP.

A Responsabilidade Social Corporativa é um conceito que tem por objetivo a adoção de ações voluntárias, por parte das empresas, para que estas se tornem social e ambientalmente responsáveis.

As medidas associadas ao conceito podem trazer inúmeros benefícios às empresas que os implementem, destacando-se o desenvolvimento proporcionado às comunidades afetadas pelas empresas em causa.

No trabalho a desenvolver na tese a aluna pretende fazer a análise e caracterização do panorama nacional do setor extrativo, em particular às pequenas e médias empresas, tendo como objetivo a apresentação de possíveis ações a implementar e suas vantagens.

O link para aceder ao inquérito: https://docs.google.com/forms/d/1VqknbmHTaRcmwUEJ3Gnj4qwcAUGRnaXE-aXPurec0DM/viewform?usp=send_form

Por forma a abranger um maior número de participação este email é enviado para Diretores Técnicos e Empresas sendo suficiente a receção de apenas um inquérito por Empresa.

Gratos pela colaboração aguardamos pelas respostas até 15 de junho de 2015.

Inquérito por questionário

Com este questionário pretende-se recolher informações sobre a Responsabilidade Social Corporativa na Indústria Extrativa em Portugal. Este instrumento metodológico enquadra-se numa investigação no âmbito do Mestrado em Engenharia Geológica e de Minas, do Instituto Superior Técnico, a fim de que seja possível produzir a respetiva dissertação.

Todas as informações recolhidas são estritamente confidenciais. Os dados de identificação solicitados servem apenas para efeito de interpretação de outras respostas. Obrigado pela colaboração.

I. Identificação

1. Localização:

- Norte
- Grande Porto
- Centro
- Grande Lisboa
- Sul
- Ilhas

2. Tipo de Negócio:

- Extração – Depósito Natural
- Extração – Massa Mineral
- Transformação

II. Dimensão da empresa

1. Número de Trabalhadores:

III. **Responsabilidade Social Corporativa**

1. Existe algum tipo de ação de Responsabilidade Social Corporativa na estrutura da sua empresa?
 - Sim
 - Não
 - Não sabe
 - Não se aplica

2. Existe algum tipo de divulgação das ações de Responsabilidade Social Corporativa por parte da empresa?
 - Sim
 - Não
 - Não sabe
 - Não se aplica

3. Como é que a sua empresa apoia as comunidades envolventes?
 - Infraestruturas
 - Doações
 - Programas para as Comunidades
 - Colaboração com o Governo
 - Nenhuma
 - Outra

4. Em que iniciativas a sua empresa costuma investir?
 - Formações
 - Educação
 - Desenvolvimento de Competências
 - Desenvolvimento da Comunidade
 - Empreendedorismo
 - Desenvolvimento de Negócios Locais
 - Desenvolvimento das Crianças
 - Nenhuma
 - Outra

IV. Políticas do local de trabalho

1. Incentiva os seus trabalhadores a desenvolverem uma carreira a longo prazo (por exemplo, através de um processo de avaliação do seu desempenho ou de um plano de formação)?

- Sim
- Não
- Não sabe
- Não se aplica

2. Adota algum processo para garantir que sejam tomadas medidas adequadas, tanto no local de trabalho, como no momento da contratação, contra todas as formas de discriminação (por exemplo, contra mulheres, grupos étnicos, pessoas com deficiência, etc.)?

- Sim
- Não
- Não sabe
- Não se aplica

2.1 Se respondeu afirmativamente, que tipo de medidas costuma adotar?

3. Consulta os seus trabalhadores sobre questões importantes (por exemplo, segurança, formações, etc.)?

- Sim
- Não
- Não sabe
- Não se aplica

3.1 Caso tenha respondido afirmativamente à questão anterior, com que frequência o faz?

- Mensalmente
- Trimestralmente
- Semestralmente
- Anualmente
- Outra

4. A sua empresa dispõe de planos de saúde, segurança e apoio social que protejam adequadamente os seus trabalhadores?

- Sim
- Não
- Não sabe
- Não se aplica

V. Políticas ambientais

1. Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua empresa em termos de poupança de energia?

- Sim
- Não
- Não sabe
- Não se aplica

2. Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua empresa em termos de minimização, gestão e reciclagem de resíduos?

- Sim
- Não
- Não sabe
- Não se aplica

3. Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua empresa em termos de prevenção da poluição (como, por exemplo, emissões para a atmosfera e água, descargas de efluentes, ruído, vibrações, poeiras)?

- Sim
- Não
- Não sabe
- Não se aplica

4. Já tentou reduzir o impacto ambiental da sua empresa em termos de proteção da natureza?

- Sim
- Não
- Não sabe
- Não se aplica

5. No desenvolvimento de novos projetos mineiros, tem em conta os potenciais impactos ambientais (por exemplo, avaliando a utilização de energia, as possibilidades de reciclagem ou a emissão de substâncias poluentes)?
- Sim
 - Não
 - Não sabe
 - Não se aplica
6. A sua empresa disponibiliza informação ambiental clara e precisa sobre os seus produtos, serviços e atividades aos clientes, fornecedores, comunidade local, etc.?
- Sim
 - Não
 - Não sabe
 - Não se aplica
7. Consegue identificar formas de a sua empresa utilizar a sustentabilidade dos seus produtos e serviços para obter uma vantagem sobre a concorrência (por exemplo, através da possibilidade de reciclagem dos produtos, da eficiência energética, recuperação ambiental, etc.)?
- Sim
 - Não
 - Não sabe
 - Não se aplica

VI. Políticas de mercado

1. A sua empresa utiliza algum processo de registo e tratamento de reclamações apresentadas por clientes, fornecedores e parceiros comerciais?
- Sim
 - Não
 - Não sabe
 - Não se aplica
2. A sua empresa coopera com outras empresas ou organizações na abordagem de questões suscitadas pela responsabilidade empresarial?
- Sim
 - Não
 - Não sabe
 - Não se aplica

VII. Políticas relativas à Comunidade

1. A sua empresa proporciona oportunidades de estágio ou de trabalho para jovens?
 - Sim
 - Não
 - Não sabe
 - Não se aplica

2. Tem dialogado com a comunidade local sobre questões desfavoráveis, controversas ou delicadas que envolvam a empresa (como, por exemplo, a acumulação de resíduos fora das suas instalações ou veículos a obstruírem estradas ou caminhos)?
 - Sim
 - Não
 - Não sabe
 - Não se aplica

3. A sua empresa tenta fazer as suas aquisições (por exemplo, fornecedores) no mercado local?
 - Sim
 - Não
 - Não sabe
 - Não se aplica

4. Os seus trabalhadores são incentivados a participar em atividades da comunidade local (por exemplo, através da disponibilização de tempo e de conhecimentos especializados dos trabalhadores ou de outra ajuda prática)?
 - Sim
 - Não
 - Não sabe
 - Não se aplica

VIII. Valores da Empresa

1. Existe na sua empresa um código de valores e regras de conduta?
 - Sim
 - Não
 - Não sabe
 - Não se aplica

2. Os seus clientes estão cientes dos valores e regras de conduta da sua empresa?

- Sim
- Não
- Não sabe
- Não se aplica

3. Proporciona formação aos seus trabalhadores sobre a importância dos valores e regras de conduta da sua empresa?

- Sim
- Não
- Não sabe
- Não se aplica

ANEXO B

Carimbo de data/hora	Localização:	Tipo de Negócio:
2015/04/14 12:35:08	Grande Lisboa	Extração - Depósito Mineral
2015/04/14 17:16:13	Norte	Extração - Depósito Mineral
2015/04/15 09:49:11	Norte	Extração - Depósito Mineral, Extração - Massa Mineral
2015/04/15 14:36:15	Norte, Centro, Grande Lisboa, Sul	Extração - Depósito Mineral
2015/04/15 14:42:01	Norte	Transformação
2015/04/15 15:09:18	Norte	Transformação
2015/04/15 15:17:37	Centro	Extração - Depósito Mineral
2015/04/15 15:29:55	Centro	Extração - Massa Mineral, Transformação
2015/04/15 15:56:37	Centro	Extração - Massa Mineral, Transformação
2015/04/15 17:05:26	Centro, Sul	Extração - Massa Mineral
2015/04/15 19:44:34	Norte	Extração - Massa Mineral
2015/04/16 14:33:52	Sul	Transformação
2015/04/16 16:24:22	Norte	Extração - Massa Mineral, Transformação
2015/04/17 10:01:03	Centro	Extração - Depósito Mineral, Extração - Massa Mineral, Transformação
2015/04/17 19:14:18	Centro	Extração - Massa Mineral
2015/04/17 20:03:06	Grande Lisboa	Extração - Massa Mineral, Transformação
2015/04/19 17:18:36	Sul	Extração - Depósito Mineral
2015/04/21 18:10:57	Sul	Extração - Depósito Mineral
2015/04/22 14:02:02	Norte	Extração - Massa Mineral, Transformação
2015/04/25 18:44:10	Grande Porto	Transformação
2015/04/28 17:35:00	Norte	Extração - Depósito Mineral
2015/05/05 12:34:24	Sul	Extração - Massa Mineral
2015/05/07 10:24:05	Centro	Extração - Massa Mineral, Transformação
2015/05/12 22:03:43	Grande Porto	Extração - Massa Mineral, Transformação
2015/05/28 15:07:21	Grande Porto, Grande Lisboa, Sul	Extração - Massa Mineral
2015/06/05 16:53:11	Centro	Extração - Massa Mineral, Transformação
2015/07/13 18:04:14	Centro	Transformação
2015/07/14 17:02:38	Centro	Extração - Depósito Mineral
2015/07/14 18:32:04	Centro	Extração - Depósito Mineral
2015/07/15 12:20:13	Norte	Extração - Depósito Mineral, Transformação
2015/07/15 12:48:54	Centro	Extração - Massa Mineral, Transformação

2015/07/15 15:13:39	Centro	Extração - Massa Mineral, Transformação
2015/07/15 16:12:06	Centro	Transformação
2015/07/15 16:31:43	Norte	Extração - Massa Mineral, Transformação
2015/07/15 17:04:01	Norte	Extração - Massa Mineral, Transformação
2015/07/16 08:53:59	Norte	Extração - Massa Mineral
2015/07/20 11:13:08	Centro	Extração - Massa Mineral, Transformação
2015/07/21 01:00:12	Norte	Extração - Massa Mineral, Transformação

Número de Trabalhadores:	III.1. Existe algum tipo de ação de Responsabilidade Social Corporativa na estrutura da sua empresa?	III.2. Existe algum tipo de divulgação das ações de Responsabilidade Social Corporativa por parte da empresa?	III.3. Como é que a sua empresa apoia as comunidades envolventes?
43	Não	Não	Doações
10	Sim	Sim	Programas para as Comunidades
7	Não	Não	Infraestruturas
80	Sim	Não	Programas para as Comunidades
5	Não se aplica	Não se aplica	Nenhuma
20	Não	Não	Nenhuma
14	Não sabe	Não sabe	Nenhuma
68	Sim	Não	Infraestruturas, Doações
28	Sim	Não	Doações
20	Não	Não	Doações
5	Sim	Não	Infraestruturas, Doações, Programas para as Comunidades
1	Não se aplica	Não se aplica	Nenhuma
16	Sim	Sim	Infraestruturas, Doações
21	Não	Não	Infraestruturas
5	Sim	Não	Infraestruturas, Doações
68	Sim	Sim	Infraestruturas, Doações
2400	Sim	Sim	Infraestruturas, Doações, Programas para as Comunidades
14	Não	Não	Doações
6	Sim	Não sabe	Colaboração com o Governo

28	Não sabe	Não sabe	Nenhuma
20	Não sabe	Não sabe	Doações
4	Não	Não	Nenhuma
29	Não	Não	Doações, utilização de máquinas na execução de trabalhos
25	Não	Não	Nenhuma
117	Sim	Sim	Doações, Programas para as Comunidades
31	Não	Não	Doações
7	Não	Não	Doações
5	Não	Não	Infraestruturas
45	Sim	Não	Doações, Programas para as Comunidades
98	Sim	Sim	Infraestruturas, Doações
33	Não sabe	Não sabe	Doações
40	Sim	Sim	Doações
15	Não	Não	Nenhuma
18	Sim	Sim	Doações
16	Sim		Infraestruturas, Doações, Programas para as Comunidades
12	Sim	Sim	Infraestruturas, Programas para as Comunidades
22	Sim	Sim	Infraestruturas, Doações
10	Sim	Sim	Doações

III.4. Em que iniciativas a sua empresa costuma investir?	IV.1. Incentiva os seus trabalhadores a desenvolverem uma carreira a longo prazo (por exemplo, através de um processo de avaliação do seu desempenho ou de um plano de formação)?	IV.2. Adota algum processo para garantir que sejam tomadas medidas adequadas, tanto no local de trabalho, como no momento da contratação, contra todas as formas de discriminação (por exemplo, contra mulheres, grupos étnicos, pessoas com deficiência, etc.)?	IV.2.1 Se respondeu afirmativamente, que tipo de medidas costuma adotar?
Formações, Desenvolvimento de Competências	Sim	Não sabe	
Formações, Desenvolvimento das Crianças	Sim	Sim	Contratação por experiência adequada ao posto de trabalho, sem qualquer outra discriminação.

Desenvolvimento de Competências	Não	Não se aplica	
Formações, Desenvolvimento de Competências, Desenvolvimento das Crianças	Sim	Não sabe	
Nenhuma	Sim	Não sabe	
Nenhuma	Não	Não	
Nenhuma	Sim	Não se aplica	
Formações, Desenvolvimento de Competências, Desenvolvimento da Comunidade, Desenvolvimento de Negócios Locais	Sim	Sim	
Desenvolvimento da Comunidade	Sim	Não	
Nenhuma	Sim	Não	
Desenvolvimento da Comunidade, Desenvolvimento de Negócios Locais	Não	Não	
Nenhuma	Não se aplica	Não se aplica	
Desenvolvimento da Comunidade	Sim	Sim	Não fazemos qualquer tipo de discriminação.
Formações	Não	Não	
Formações, Educação	Não	Não	
Formações, Educação, Desenvolvimento de Competências, Desenvolvimento de Negócios Locais	Sim	Sim	Aceita e integra colaboradores com dificuldades
Educação, Desenvolvimento da Comunidade, Desenvolvimento das Crianças	Sim	Sim	Advertência, aplicação de sanções disciplinares e no limite o despedimento, para aqueles que agem de forma discriminatória em relação aos grupos referidos.
Assistência Médica Crianças	Não se aplica	Sim	O tratamento entre as pessoas da organização é incentivado a que seja sempre correto, independentemente, do cargo, género ou outro.
Formações	Sim	Não sabe	
Nenhuma	Não	Não sabe	
Formações	Não	Não	
Formações	Sim	Não	
Formações, Desenvolvimento de Competências,	Sim	Não sabe	

Participações em Feiras internacionais e nacionais			
Nenhuma	Sim	Sim	
Educação, Desenvolvimento da Comunidade	Sim	Não se aplica	
Formações, Educação, Desenvolvimento de Competências, Empreendedorismo, Desenvolvimento das Crianças	Não	Não	
Formações	Não se aplica	Não	
Formações	Sim	Sim	Procuramos ter elementos de ambos os sexos no nosso quadro de pessoal.
Formações	Sim	Não sabe	
Educação, Desenvolvimento da Comunidade	Sim	Não	
Formações	Sim	Não	
Formações, Educação, Desenvolvimento da Comunidade, Desenvolvimento das Crianças	Sim	Não sabe	
Nenhuma	Sim	Sim	
Formações, Educação, Desenvolvimento das Crianças	Sim	Não se aplica	
Formações, Desenvolvimento de Competências, Empreendedorismo, Desenvolvimento de Negócios Locais, Desenvolvimento das Crianças	Sim	Sim	
Desenvolvimento da Comunidade, Desenvolvimento de Negócios Locais	Sim	Não se aplica	
Educação, Desenvolvimento de Competências, Desenvolvimento da Comunidade	Sim	Sim	No processo de recrutamento garante-se que a vaga pode ser preenchida por homem ou mulher.
Formações, Desenvolvimento da Comunidade	Sim	Não se aplica	

IV.3. Consulta os seus trabalhadores sobre questões importantes (por exemplo, segurança, formações, etc.)?	IV.3.1 Caso tenha respondido afirmativamente à questão anterior, com que frequência o faz?	IV.4. A sua empresa dispõe de planos de saúde, segurança e apoio social que protejam adequadamente os seus trabalhadores?
Sim	Semestralmente	Sim
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Quando necessário	Não
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Semestralmente	Sim
Sim	Anualmente	Não
Sim	Anualmente	Sim
Não se aplica		Sim
Sim	Trimestralmente	Sim
Sim	Mensalmente	Sim
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Mensalmente	Sim
Sim	Mensalmente	Sim
Sim	Semestralmente	Sim
Não sabe		Sim
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Mensalmente	Sim
Sim	Anualmente	Não
Sim	Mensalmente	Sim
Sim	Semestralmente	Não
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Semestralmente	Sim
Sim	Sempre que há alterações	Sim
Sim	Mensalmente	Sim
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Semestralmente	Sim
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Anualmente	Sim
Sim	Semestralmente	Não sabe
Sim	Anualmente	
Sim	Mensalmente	Sim

Sim	Sim	Sim	Sim
-----	-----	-----	-----

V.5. No desenvolvimento de novos projetos mineiros, tem em conta os potenciais impactos ambientais (por exemplo, avaliando a utilização de energia, as possibilidades de reciclagem ou a emissão de substâncias poluentes)?	V.6. A sua empresa disponibiliza informação ambiental clara e precisa sobre os seus produtos, serviços e atividades aos clientes, fornecedores, comunidade local, etc.?	V.7. Consegue identificar formas de a sua empresa utilizar a sustentabilidade dos seus produtos e serviços para obter uma vantagem sobre a concorrência (por exemplo, através da possibilidade de reciclagem dos produtos, da eficiência energética, recuperação ambiental, etc.)?
Sim	Sim	Sim
Sim	Sim	Não
Sim	Sim	Sim
Sim	Sim	Sim
Sim	Não se aplica	Não se aplica
Sim	Não	Não
Sim	Não se aplica	Não se aplica
Sim	Sim	Sim
Sim	Não	Não
Sim	Sim	Sim
Sim	Não	Não sabe
Não	Não	Não se aplica
Sim	Não se aplica	Não se aplica
Sim	Sim	Sim
Sim	Não	Sim
Sim	Sim	Sim
Sim	Sim	Sim
Sim	Não	Não
Sim	Não sabe	Sim
Não se aplica	Não se aplica	Não
Sim	Não	Não
Sim	Não	Não
Sim	Não	Não sabe
Não	Sim	Não
Sim	Sim	Não
Sim	Não se aplica	Não
Não se aplica	Sim	Não se aplica
Sim	Não se aplica	Não se aplica
Sim	Sim	Sim
Sim	Não	
Sim	Sim	Sim
Sim	Sim	Sim
Sim	Não	Não sabe

Não se aplica	Não	Sim
Sim	Não se aplica	Sim
Sim	Sim	Não se aplica
Sim	Sim	Sim
Não se aplica	Não se aplica	Sim

VI.1. A sua empresa utiliza algum processo de registo e tratamento de reclamações apresentadas por clientes, fornecedores e parceiros comerciais?	VI.2. A sua empresa coopera com outras empresas ou organizações na abordagem de questões suscitadas pela responsabilidade empresarial?	VII.1. A sua empresa proporciona oportunidades de estágio ou de trabalho para jovens?
Sim	Sim	Sim
Não se aplica	Não se aplica	Sim
Sim	Não sabe	Não sabe
Sim		Sim
Sim	Não se aplica	Não sabe
Sim	Não	Sim
Sim	Não se aplica	Sim
Sim	Sim	Sim
Sim	Não	Sim
Sim	Não se aplica	Sim
Não	Não	Não
Não	Sim	Sim
Sim	Sim	Sim
Sim	Não sabe	Sim
Sim	Não sabe	Sim
Sim	Sim	Sim
Não sabe	Sim	Sim
Sim	Sim	Sim
Não	Não	Sim
Não	Não	Sim
Sim	Sim	Sim
Sim	Não	Sim
Sim	Sim	Sim
Sim	Sim	Sim
Sim	Sim	Sim
Sim	Não	Sim
Sim	Não	Não
Sim	Sim	Sim

Sim	Sim	Sim
Não	Sim	Sim
Sim	Sim	Sim
Sim	Não	Sim
Sim	Não sabe	Sim
Sim	Sim	Sim
	Não	Sim
Sim	Sim	Sim
Sim	Não sabe	Não sabe

VII.2. Tem dialogado com a comunidade local sobre questões desfavoráveis, controversas ou delicadas que envolvam a empresa (como, por exemplo, a acumulação de resíduos fora das suas instalações ou veículos a obstruírem estradas ou caminhos)?	VII.3. A sua empresa tenta fazer as suas aquisições (por exemplo, fornecedores) no mercado local?	VII.4. Os seus trabalhadores são incentivados a participar em atividades da comunidade local (por exemplo, através da disponibilização de tempo e de conhecimentos especializados dos trabalhadores ou de outra ajuda prática)?
Sim	Sim	Não
Sim	Não se aplica	Sim
Sim	Sim	Não sabe
Não se aplica	Sim	Sim
Não	Sim	Não se aplica
	Sim	
Não se aplica	Sim	Não se aplica
	Sim	Sim
Não	Sim	Sim
Sim	Sim	Não
Sim	Sim	Sim
Sim	Sim	Não se aplica
Sim	Sim	Sim
Sim	Sim	Não sabe
Sim	Sim	Não se aplica
Sim	Sim	Sim
Não	Sim	Não
Não	Sim	Não
Não	Sim	Não sabe
Não	Sim	Não
Sim	Sim	Não sabe

Não se aplica	Sim	Não sabe
Não sabe	Sim	Não sabe
Não	Sim	Não
Sim	Sim	Sim
Não	Sim	Sim
Não se aplica	Sim	Sim
Sim	Sim	Sim
Não se aplica	Sim	Sim
Não	Não se aplica	Não se aplica
Não	Sim	Não
Sim	Sim	Sim
Não	Não	Não
Não sabe	Sim	Não
Sim	Sim	Não se aplica
Sim	Sim	Sim
Sim	Sim	Não
Não se aplica	Sim	Sim

VIII.1. Existe na sua empresa um código de valores e regras de conduta?	VIII.2. Os seus clientes estão cientes dos valores e regras de conduta da sua empresa?	VIII.3. Proporciona formação aos seus trabalhadores sobre a importância dos valores e regras de conduta da sua empresa?
Sim	Sim	Sim
Sim	Não se aplica	Sim
Não sabe	Não sabe	Não
Sim	Não sabe	Sim
Sim	Sim	Sim
Não	Não	Não
Sim	Sim	Não
Sim	Sim	Sim
Sim	Sim	Sim
Não	Não se aplica	Não se aplica
Sim	Não	Não sabe
Não	Não se aplica	Não se aplica

Sim	Sim	Sim
Sim	Não sabe	Sim
Sim	Sim	Não
Sim	Não sabe	Sim
Sim	Sim	Não
Sim	Sim	Sim
Sim	Não sabe	Sim
Não sabe	Não sabe	Não sabe
Sim	Sim	Sim
Não	Não	Não sabe
Sim	Sim	Sim
Sim	Sim	Sim
Sim	Não sabe	Sim
Sim	Sim	Sim
Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica
Não	Não se aplica	Não se aplica
Sim	Sim	Sim
Não	Não	Não
Sim	Não sabe	Sim
Sim	Sim	Sim
Não	Não se aplica	Não se aplica
Sim	Sim	Sim
Sim	Sim	Sim