

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESEMPEÑO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS PORTUGUESAS: REFERENCIA TEÓRICA

Ermelinda OLIVEIRA

Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda,
Portugal



Instituto Politécnico da Guarda

BIBLIOTECA

ESE ESTG

Data: 08/06/00

27993

3163



Nota Introdutória

A Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTG) do Instituto Politécnico da Guarda (IPG) congratula-se pelo facto do Professor Doutor *David Crowther*, da *London Metropolitan University*, Reino Unido ter aceite o convite para realizar uma visita de trabalho e investigação científica a decorrer entre os dias 9 a 15 de Novembro de 2002. Temos a certeza que com esta visita será possível desenvolver um debate privilegiado entre toda a comunidade Docente e Discente.

É igualmente um enorme privilégio dar início à série *Estudos e Documentos de Trabalho* com seis *papers* da autoria do Professor David Crowther. Esperemos que este seja o estímulo e o incentivo que falta para que, em particular a comunidade académica da ESTG, apresente trabalhos científicos que estimulem a discussão científica.

Não se poderá deixar de agradecer à Fundação para a Ciência e Tecnologia que, através do Fundo de Apoio à Comunidade Científica, generosamente aceitou a nossa candidatura, bem como todos aqueles que directa e indirectamente contribuíram para a sua concretização.

Constantino Rei

Professor Doutor do Departamento de Gestão
Director da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do IPG

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESEMPEÑO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS PORTUGUESAS: REFERENCIA TEÓRICA

por

Ermelinda OLIVEIRA

Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda, Portugal

**Série ESTUDOS E DOCUMENTOS DE TRABALHO da
Escola Superior de Tecnologia e Gestão da Guarda, Portugal
EDT – 02/2008
Janeiro de 2008
ISSN 1645 - 6920**

Copyright © 2008. All rights reserved. No part of this publication may be reproduced in any form or by any means, without the prior written consent of the authors.

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESEMPEÑO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS TURÍSTICAS PORTUGUESAS: REFERENCIA TEÓRICA

Ermelinda Oliveira¹

RESUMEN

A lo largo de los últimos años se verifica un interés creciente en la temática de la responsabilidad social de las empresas (RSE), siendo objeto, como refieren Angelidis y Ibrahim (1993), de una considerable atención y debate entre investigadores y profesionales. A este hecho no es indiferente la publicación en 2001, por parte de la Comisión de las Comunidades Europeas, del «Libro Verde: Fomentar un Marco para la Responsabilidad Social de las Empresas» (CE, 2001). Además, puesto que es un concepto complejo y dinámico, la RSE, al asumir diferentes significados en diversos contextos, exige una profunda reflexión (Silva, 2003).

El concepto de RSE y desarrollo sostenible, es decir, el desarrollo que responde a las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la posibilidad de satisfacer esas mismas necesidades a las generaciones futuras, se extiende al sector del Turismo. El enfoque de la presente investigación en las empresas turísticas portuguesas se justifica por el cluster del Turismo haya sido considerado por Porter (1994) como una de las actividades empresariales más importantes para el desarrollo sostenible de Portugal. Si, por una parte, las cuestiones referentes al Turismo son, en regla, analizadas en su vertiente económica y de mercado, en sustitución de sus aspectos sociales y medioambientales, por otra parte, es indiscutible la necesidad de las empresas de este sector de actividad lleven a cabo acciones socialmente responsables y definieren estrategias en que esta preocupación esté presente. En este sentido, la presente investigación procura, de forma particular, reflexionar sobre la dinámica y la influencia que la Responsabilidad Social Empresarial tiene en el cluster del Turismo en Portugal. A estos efectos, McKercher (1993) defiende que la sobrevivencia sostenible del sector turístico depende de su actitud pro-activa.

Conocida la ausencia de trabajos empíricos sobre la RSE y el sector turístico en Portugal, se revisan en esta investigación los trabajos realizados en otros países. En concreto, los trabajos de Curtin y Busby (1999), Carey, Gountas y Gilbert (1997), y Miller (2001), que examinaron la industria del Turismo en Reino Unido, el trabajo de Henderson (2007) con respecto a las empresas hoteleras de Phuket (Tailandia) después del Tsunami de 2004. Más recientemente, el trabajo de Lee y Chang (2008) analizó las relaciones entre el desarrollo del Turismo y el crecimiento económico en periodo 1990-2002 en los países de la OCDE y en algunos países no pertenecientes a la OCDE.

Con anterioridad, se hacen algunas consideraciones sobre el concepto de Responsabilidad Social de las Empresas, bien como sus fundamentos, y sobre la importancia de que dicha responsabilidad sea asumida por las empresas turísticas como parte integrante de la estrategia empresarial.

Palabras clave: Responsabilidad Social, Desempeño Económico, Sector del Turismo, Portugal.

¹ *Assistente en el Departamento de Gestão e Economia de la Escola Superior de Tecnologia e Gestão del Instituto Politécnico da Guarda, Av. Dr. Francisco Sá Carneiro, 50, 6300-559 Guarda, Portugal.*

Email: ermelindaol@ipg.pt; Tel. 351220146, Fax. 351 271220153.

Agradecimiento: La autora agradece al director de su tesis doctoral, Professor Doutor José Pires Manso, de la *Universidade da Beira Interior*, 6200 Covilhã, Portugal.

Introducción

A lo largo de la historia de las organizaciones, la constante preocupación se centraba en el desarrollo de herramientas y métodos capaces de garantizar su principal objetivo, o sea la maximización de su beneficio. Pero, al centrar las preocupaciones en la obtención del máximo beneficio, se ha ignorado el desarrollo social y en consecuencia han ocurrido problemas sociales en la sociedad, los cuales se han reflejado sobre las propias organizaciones económicas, dificultando su desarrollo y su crecimiento. Con la aceleración de las mudanzas en la sociedad y el agravamiento de los problemas sociales, el bien-estar de la sociedad ha pasado a depender, para allá de la participación del Gobierno, de la participación directa de las empresas.

En una primera fase, la participación de las empresas se ha traducido en la adopción de acciones sociales aisladas. En realidad, estas acciones se basan en la práctica de acciones filantrópicas, las cuales se han desarrollado a través de las actitudes y acciones individuales de algunos empresarios. Sólo con el decurso del tiempo, dichas acciones de filantropía han evolucionado del carácter de «caridad» para la noción de «consciencia social», es decir, para verdaderas acciones socialmente responsables.

Según Neto y Froes (2001), mientras las acciones de responsabilidad social exigen periodicidad, método y sistematización, las acciones de filantropía prescinden del planeamiento, organización, acompañamiento y evaluación. Así, la filantropía resulta de una acción individual y voluntaria, al paso que la responsabilidad social parte de una acción que busca el colectivo y tiene por objetivo transformar una determinada realidad, promoviendo principalmente la inclusión social.

Muchos estudios tienen desarrollado pesquisas sobre el concepto y las prácticas de Responsabilidad Social de las Empresas (RSE). En su mayoría, los autores defienden la RSE como un deber de las empresas, otros se oponen a esa misma obligación. Teóricos como Adam Smith y Milton Friedman, *“consideran que la misión principal de la empresa es realizar el máximo beneficio posible, contando que esto se verifica en conformidad con las reglas de convivió establecidas por la sociedad. Entienden que la empresa no tiene otra obligación social que no sea la de presentar el máximo beneficio a sus propietarios”* (Oliveira et. al., 2006: 34). No obstante, muchos otros teóricos del pensamiento económico, tienen la opinión de que *“los directivos tienen la función ética de respetar los derechos y promover el bien-estar entre todos os agentes afectados por la empresa, incluyendo, en ese conjunto de agentes, los clientes, los proveedores, los trabajadores, los accionistas, la comunidad local”* (Oliveira et. al., 2006: 34).

A estos efectos, el presente trabajo de investigación tiene por objetivo hacer algunas consideraciones sobre el concepto de Responsabilidad Social de las Empresas, bien como sus fundamentos, además de se analizar la RSE como estrategia empresarial. A continuación, se presentan algunas consideraciones sobre el sector turístico, concretamente en Portugal, y de que forma las empresas de dicho sector entienden la responsabilidad social como pilar de su desarrollo sostenible.

1- La Responsabilidad Social de las Empresas

Mientras actualmente, aún no exista un consenso con respecto al concepto de RSE, a lo largo del siglo XX se ha asistido a un impresionante desarrollo de la RSE y de su influencia en las empresas (Carrol, 1999). De hecho, a lo largo de los últimos años se verifica un interés creciente en la temática de la responsabilidad social de las empresas (RSE), siendo objeto,

como refieren Angelidis y Ibrahim (1993), de una considerable atención y debate entre investigadores y profesionales.

No siendo un tema reciente, y teniendo por base la investigación realizada por David y Abreu (2004: 2-3), se presentan a continuación algunas definiciones del concepto de responsabilidad social, predominantes en el siglo XX, ondee los autores presentan el reconocimiento creciente del impacto que los valores, la ética y el comportamiento de las empresas puede tener en la sociedad. Así, con respecto a la RSE:

- Simon (1945)² considera que “(...) las organizaciones deben ser responsables hacia los valores de la comunidad (...)”;
- Friedman (1962, 1970: 126) entiende que “(...) existe una y solo una responsabilidad social del negocio, que usa los recursos y se empeña en actividades que permiten aumentar los beneficios de la empresa en el futuro, pero siempre y cuando se mantengan dentro de las reglas del juego, esto es, se empeña en una competición abierta y libre sin corrupción o fraude”;
- Fitch (1976: 45) cree que “(...) las empresas pueden alcanzar la responsabilidad social si tentaren identificar y resolver los problemas sociales en los cuales se encuentran íntimamente envueltos, siendo la obtención del beneficio entendida como un estímulo”;
- Carroll (1979: 500) opina que “(...) el negocio aborda el aspecto económico, legal, ético y las expectativas que sociedad tiene en relación a la empresa en un determinado momento”;
- Jones (1980: 59-60) piensa que “(...) las empresas tienen la obligación de construir grupos en la sociedad diferentes de los accionistas, previstos por ley o por los estatutos de la empresa”;
- Tuzzolino y Armandi (1981: 23) consideran que “(...) una organización socialmente responsable es ego-actualizada, satisfaciendo necesidades importantes y buscando contribuir voluntariamente para el bien-estar de todos”;
- Freeman (1984)³ defiende que “(...) el negocio tiene que satisfacer los múltiples stakeholders (...)”;
- Epstein (1987: 30) considera que la RSE se refiere al “(...) discernimiento de asuntos específicos, problemas, expectativas y reivindicaciones en organizaciones empresariales y sus líderes observan las consecuencias de las políticas organizacionales y del comportamiento de los stakeholders internos y externos”;
- Angelidis y Ibrahim (1993: 8) sostienen “(...) acciones sociales incorporadas, cuyo objetivo es satisfacer necesidades sociales”;
- Balabanis et al. (1998: 25) opinan que “en la área comercial moderna, las empresas y sus directivos son sujetos a la presión de la publicidad, con vista a desarrollaren un papel, cada vez más, activo en el bien-estar de la sociedad.”;

Mientras las cuestiones de la responsabilidad social no sean recientes, puesto que las mismas siempre existieron, ha sido en las últimas décadas que esta cuestión ha ganado una amplia difusión y una mayor sistematización. Según Santos et al. (2006: 223), esta constatación resulta del hecho de existir “una fuerte consciencia internacional, claramente expresada en las resoluciones de Naciones Unidas, cuanto a la necesidad de existir, a nivel global, un modelo de desarrollo sostenible que articule, de forma equilibrada, el crecimiento económico con la equidad social y la protección medio ambiental”.

² In Simon, H. A. (1945), *Administrative behavior*, New York: Free Press.

³ In Freeman, R. E. (1984), *Strategic management: A stakeholder approach*, Marshfield: Pitman Publishing, Inc.

De acuerdo con la Comisión Europea, la RSE se define como la *“integración voluntaria de preocupaciones sociales y medioambientales en la gestión ordinaria de la organización y en la relación con todos interlocutores”* (CE, 2001: 7). Así, en una visión europea, la RSE corresponde a un conjunto de acciones voluntarias por parte de las empresas, en que su función transborda la producción de bienes y la prestación de servicios. Sin embargo, para que una empresa sea socialmente responsable, la misma no puede restringirse únicamente a *“cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores”* (CE, 2001: 7).

Según el Instituto ETHOS, la *“responsabilidad social empresarial es la forma de dirección que se define por la relación ética y transparente de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”* (Ethos y Sebrae, 2006: IV).

Considerando lo expuesto, la RSE, al presentar diferentes significados en diversos contextos, es un concepto complejo y dinámico que exige una profunda reflexión (Silva, 2003). A estos efectos, Santos *et al.* (2006: 24) consideran que *“el concepto de RSE tendió a redefinirse constantemente, no se viendo la perspectiva que alguna vez venga a estar cristalizado, una vez que también él acompañará las tendencias predominantes, tal como evolucionará la concepción del papel que las organizaciones desarrollarán en el futuro al ser actores sociales con capacidad de intervenir socialmente”*.

Así, en una sociedad cada vez más competitiva y globalizada, la evolución futura del concepto de RSE derivará básicamente de las estrategias adoptadas por los diferentes actores económicos, bien como del entendimiento que al tema será dado por la sociedad en general y por las diferentes partes interesadas (*stakeholders*). En efecto, mientras aún no exista consenso en relación a su concepto y existan algunas indefiniciones con respecto a la forma de actuación por partes de las empresas, la RSE ya hace parte integrante de las estrategias empresariales de muchas empresas.

2- La Responsabilidad Social de las Empresas como Estrategia Empresarial

Actualmente, la RSE es un tema que está presente en la agenda de todas las empresas del mundo, no siendo las empresas portuguesas excepción a esta regla. Esa realidad resulta del hecho de actualmente se vivir en una economía mucho más compleja y más competitiva. Por otra parte, con el agravamiento de algunos problemas sociales y ambientales, además del apareamiento de otros, los propios consumidores y comunidad local, cambiaran de postura en relación a los negocios, es decir, de una posición esencialmente pasiva han pasado para una posición activa, estando así cada vez más atentos a las prácticas empresariales. Actualmente, producir con calidad y a un bajo precio ya no es suficiente, puesto que la fidelización de los clientes pasa por otras variables.

El crecimiento de la competencia generó cambios vertiginosos en el modo de actuar de las empresas, originando profundas alteraciones en sus estrategias de actuación en el mercado. Esta nueva realidad ha hecho con que las empresas registrasen la necesidad de se reorganizaren y de reviren sus prácticas, con el objetivo de enfrentaren con ética y transparencia el mercado.

De este modo, las empresas, independientemente del sector ondee actúan, *“deben invertir en la calidad de las relaciones cotidianas que establecen con sus diversos públicos y participar de un esfuerzo conjunto de desarrollo social y ambiental, aliado con el económico”* (Ethos y Sebrae, 2006: 3).

Sin embargo, a las empresas socialmente responsables es exigida una nueva manera de pensar y de trabajar, ondee ya no basta considerar, exclusivamente, las variables estrictamente comerciales, financieras y organizacionales, pero también definir estrategias que se basen en tres pilares fundamentales: ambiental; económico; y social. Como señala Beja (2003: 7), *“estas tres áreas tienen de funcionar interactivamente, y el desarrollo económico sostenible de la empresa se verificará en la intercepción de los interés de cada uno de los pilares”*.

De acuerdo con Emerson Kapaz, presidente del Instituto ETHOS, *“la responsabilidad social en las empresas significa una visión emprendedora más preocupada con el entorno social en que la empresa está inserida, o sea, sin dejar de se preocupar con la necesidad de generar beneficio, pero colocando el beneficio no como un fin en si mismo, pero si como un medio para se atingir un desarrollo sostenible y con más calidad de vida”* (Mendonça, 2004: 8-9). A las empresas se pide que no consideren la responsabilidad social como un gasto, pero si como una inversión de medio y largo plazo, y quien más rápidamente tomar esta posición, mayores ventajas obtendrá.

Actualmente, la RSE se presenta como un vector estratégico de las empresas que no ignoran el medio interno y externo en que viven, sea a nivel social, ambiental o económico. Al actuaren de esta forma, las empresas se encuentran motivadas para asegurar su longevidad y competitividad en el futuro, integrando voluntariamente estas preocupaciones en sus prácticas organizacionales.

En los diferentes estudios analizados, es consensual la existencia paralela de factores promotores de la práctica de acciones socialmente responsables por parte de las empresas. Así, sobre la temática de la responsabilidad social se pueden retirar un conjunto de diversas razones justificativas de la práctica de acciones socialmente responsables. Entre muchas otras, se refieren las siguientes cuya enumeración es de la responsabilidad de Magalhães (2006b: 2):

- (i) *Potencia el reconocimiento de las empresas hacia la sociedad, mejorando el imagen y la notoriedad das organizaciones, lo que se repercute en los negocios;*
- (ii) *Atrae inversores, los cuales dan preferencia a las empresas estables, según el punto de vista jurídico, social y ambiental;*
- (iii) *Ayuda a legitimar la actividad de las empresas hacia la sociedad, lo que es más significativo cuanto mayor sea el impacto que esa actividad provoca en términos sociales, económicos y ambientales, mejorando, así, el relacionamiento entre esas empresas y sus stakeholders;*
- (iv) *Aumenta la proyección mediática de las empresas. Empresas más conocidas y por buenas razones, tienen grande probabilidad de aumentar su cuota de mercado;*
- (v) *Conduce a la fidelización de los clientes y a la conquista de nuevos (...)*”.

Según la *Associação Empresarial Portuense* (AEP - Portugal), la inclusión de la RSE *“en la vida de las empresas se entiende regularmente como potenciadora de un aumento de los niveles de productividad, rentabilidad y competitividad de las empresas”* (AEP, 2003:10). Además, según Magalhães (2006a: 1), varios estudios realizados sobre las empresas que practican acciones socialmente responsables *“han demostrado que 50% del desempeño por encima de la media de empresas socialmente responsables es debido a sus prácticas de Responsabilidad Social”*. También Lee y Chang (2008) han estudiado, con respecto a Países

- Henderson, J.C. (2007). Corporate social responsibility and tourism: Hotel companies in Phuket, Thailand, after the Indian Ocean tsunami. *Hospitality Management*, 26 (3): 228-239.
- Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Ethos y Sebrae, 2006). *Indicadores Ethos-Sebrae de Responsabilidade Social Empresarial para Micro e Pequenas Empresas, Versão 2006*. São Paulo: Ethos y Sebrae.
- Jacobi, P. (2003). Educação Ambiental, Cidadania e Sustentabilidade. *Cadernos de Pesquisa*, 118, Março: 189-205.
- Lee, C.-C. y Chang, C.-P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look at panels. *Tourism Management*, 29 (2): 180-192.
- Magalhães, C.M. (2006a). *Responsabilidade Social sim! Por treze razões* Disponible en: www.expressoemprego.clix.pt/scripts/indexpage [Accedido en 7 de noviembre de 2006].
- Magalhães, C.M. (2006b). *Qual o nível de RS de uma empresa?* Disponible en: www.expressoemprego.clix.pt/scripts/indexpage [Accedido en 10 de noviembre de 2006].
- McKercher, B. (1993). The unrecognized threat to tourism: Can tourism survive sustainability. *Tourism Management*, 14:131-136.
- Mendonça, F. (2004). O que é Responsabilidade Social?. *FAE Business*, 9: 8-10
- Miller, G. (2001). Corporate responsibility in the UK tourism industry. *Tourism Management*, 22: 589-598.
- Ministério das Obras Públicas, Transportes e Comunicações (MOPTC, 2005). *Grandes Opções do Plano 2005-2009*. Lisboa: MOPTC.
- Neto, M.F.P. y Froes, C. (2001). *Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Oliveira, M., Oliveira, B., Daher, W. y Ribeiro, M.(2006). Análise Segundo o Modelo de Hopkins das Acções de Responsabilidade Empresarial Evidenciadas nas Demonstrações Contábeis e Balanços Sociais. *Brazilian Business Review*, 3 (1): 32-45.
- Partidário, M. (1997). Desafios da Interioridade: a riqueza ambiental e a vantagem para a sustentabilidade. *Jornada da Interioridade*, Idanha-a-Nova, 13 Junho.
- Porter, M. (1994). *Construir as vantagens competitivas de Portugal*. Lisboa: Edição do Fórum para a Competitividade
- Santo, M.F.E. (2006). Editorial. *Sustentabilidade*, 9, Dezembro:1.
- Santos, M.J.N, Santos, A.M., Pereira, E.N. y Silva, J.L.M. (2006). *Responsabilidade Social nas PME*. Lisboa. Editora RH.
- Silva, C.L. (2003). Gestão Empresarial: Responsabilidade com visão de negócios. *Diálogos & Ciência*, 1 (2).
- Silva, J.A. (2000). Turismo e Natureza, Livro de Actas do Ciclo de Debates do IFT. *Instituto de Turismo de Portugal*, 53-62.
- TUVRheinland (2007). *Empresas Certificadas*. Disponible en: http://www.tuv.pt/certificacao/eco_hotel.html [Accedido en 12 de noviembre de 2007].
- Viana, A.S.C. (2007). Una aproximación al turismo sostenible. *IX Reunión de Economía Mundial*, Madrid, Abril.

Guidelines

Content: *Estudos e Documentos de Trabalho da ESTG* or *Studies and Working Papers of ESTG* publish papers that promote the dissemination of knowledge developed by researchers in the ESTG and in other higher education institutions. Also, EDT Series provide a means of pre-publishing paper that is being or will be submitted as one or more journal articles and to publish detailed material and reports that have intrinsic merit but, at this moment, it is in progress. The Editorial Board of *Estudos e Documentos de Trabalho da ESTG* strive to promote critical discussion and consideration of fields of inquiry that are pertinent to our professional, intellectual and contemporary global concerns.

Submission Process: Authors must send the manuscript to director.estg@ipg.pt and then we will start the review process of *Estudos e Documentos de Trabalho da ESTG*. The manuscript sent for publication should not exceed, in general, 15.000 words, and the abstract must include 250-300 words.

Format: All articles must follow the Harvard style and carefully checked for completeness, accuracy and consistency. Please consult these and review the paper carefully prior to submission. All citations must be fully listed as references at the end of the paper, and all references listed must be cited in the text.

Review Process: *Estudos e Documentos de Trabalho da ESTG* uses a blind editorial process, which means that all papers are read anonymously by the Editorial Board and Scientific Committees of different entities. The Editorial Board is responsible for suggesting, reviewing and approving contributions for the EDT Series. The overall responsibility for the development of the *Estudos e Documentos de Trabalho da ESTG* lies with the ESTG Board. Depending on their recommendations, one of the following will happen:

1. we will reach a decision to publish the piece as is,
2. we will reach a decision to publish the piece on the condition that the author make the necessary changes as described by our readers,
3. we will decide not to publish your paper.

Regardless of our decision, and provided your paper meets our minimum requirements, we will send you **extensive feedback** that will provide you with constructive comments from your colleagues. They will write an assessment of the sophistication of the language of the paper, the embeddedness and relevance of your argument, the articulation of your thesis statement, additional secondary sources you may want to review, and include other thoughtful suggestions and critiques for you to take into account as you revise your work. It is vital that authors be prepared to revise their papers according to the comments made by our readers in a timely fashion. We make every effort to provide our readers and authors with sufficient time to conduct evaluations and revisions. For the editorial process to function well, we require that our researchers comply with our deadlines. We will not accept submissions that do not meet these requirements.

Escola Superior de Tecnologia e Gestão da Guarda

Série

ESTUDOS E DOCUMENTOS DE TRABALHO

Número	Autor	Título
Ano 2002		
01/02	David Crowther	No accounting for fashion: the flawed quest for shareholder value
02/02	David Crowther	The poetics of corporate reporting: evidence from the UK water industry
03/02	David Crowther	Three bites of the cherry? Performance measurement in the UK electricity industry and the effects of industry structure
04/02	David Crowther	A semiology of corporate reporting
05/02	David Crowther	The importance of Corporate Social Responsibility
06/02	David Crowther	The theology of managerial superordinancy
Ano 2003		
01/03	David, Fátima Abreu, Rute Marques, Pedro	Income Tax: an overview of the Portuguese situation
02/03	Abreu, Rute David, Fátima	The Corporate Social Responsibility: Exploration inside the Experiences and Practices in EU Level
03/03	Rei, Constantino	Causal evidence on the "Productivity Paradox": Portugal, 1980-2000
Ano 2004		
01/04	David, Fátima Abreu, Rute	Responsabilidade Social: Seu Impacto na Competitividade das Organizações
02/04	Abreu, Rute David, Fátima	Empirical Evidence of Corporate Social Responsibility in Portugal
03/04	David, Fátima Abreu, Rute	Social Responsibility: Reality and Illusion?
Ano 2005		
01/05	Crowther, David Abreu, Rute David, Fátima	The Myth of Corporate Social Responsibility
02/05	Abreu, Rute David, Fátima	Corporate Social Responsibility in Health Care
Ano 2006		
01/06	Abreu Rute David, Fátima	Accounting for Health Care: Corporate Social Responsibility
02/06	Abreu, Rute	Valoración de empresas: un modelo alternativo
03/06	David, Fátima	Impuesto sobre beneficios: Contextualización
04/06	Carreira, Francisco Alegria Guedes, Maria do Amparo Aleixo, Maria da Conceição	Ethics and Professional Deontology as a course in the Accounting and Finance degree: An Empirical Study
05/06	David, Fátima Abreu, Rute	Fiscal Fraud and Evasion: Social Responsibility Perspective
06/06	Oliveira, Ermelinda	Comunicação Organizacional: Instrumento de Gestão

Escola Superior de Tecnologia e Gestão da Guarda

Série

ESTUDOS E DOCUMENTOS DE TRABALHO

Número	Autor	Título
Ano 2007		
01/07	Abreu, Rute David, Fátima Martins, Nélia Rei, Constantino	Accounting for Higher Education Institution: The impact of Corporate Social Responsibility
02/07	David, Fátima Gallego, Isabel	Corporate Income Tax: A European Context
03/07	Abreu, Rute Carreira, Francisco	El valor de la empresa y la responsabilidad social corporativa: Análisis empírico
Ano 2008		
01/08	Marques, Lúcia Paiva	El Papel del Profesional de la Contabilidad
02/08	Oliveira, Ermelinda	Responsabilidad Social y Desempeño Económico de las Empresas Turísticas Portuguesas: Referencia Teórica.



Escola Superior de Tecnologia e Gestão
Instituto Politécnico da Guarda
Av. Dr. Francisco Sá Carneiro, 50
6300-559 Guarda
Portugal

Tel. + 351 271 220 120 | Fax + 351 271 220 150