



FACULDADE DE ECONOMIA E FINANÇAS IBMEC
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM
ADMINISTRAÇÃO E ECONOMIA

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO
PROFISSIONALIZANTE EM ADMINISTRAÇÃO

**“PROPOSIÇÃO DE UM MODELO
ANALÍTICO DOS ESTÁGIOS DA
RESPONSABILIDADE SOCIAL
CORPORATIVA”**

WOLNEY AFONSO PEREIRA

ORIENTADOR: PROF. DR. LUIZ ALBERTO NASCIMENTO
CAMPOS FILHO

Rio de Janeiro, 25 de julho de 2006.

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

**“PROPOSIÇÃO DE UM MODELO ANALÍTICO DOS ESTÁGIOS DA
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA”**

WOLNEY AFONSO PEREIRA

Dissertação apresentada ao curso de
Mestrado Profissionalizante em
Administração como requisito parcial para
obtenção do Grau de Mestre em
Administração.
Área de Concentração: Administração
Geral

ORIENTADOR: PROF. DR. LUIZ ALBERTO NASCIMENTO CAMPOS FILHO

Rio de Janeiro, 25 de julho de 2006.

**“PROPOSIÇÃO DE UM MODELO ANALÍTICO DOS ESTÁGIOS DA
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA”**

WOLNEY AFONSO PEREIRA

Dissertação apresentada ao curso de
Mestrado Profissionalizante em
Administração como requisito parcial para
obtenção do Grau de Mestre em
Administração.
Área de Concentração: Administração
Geral

Avaliação:

BANCA EXAMINADORA:

Professor Dr. LUIZ ALBERTO NASCIMENTO CAMPOS FILHO (Orientador)
Instituição: Faculdades Ibmecc/RJ

Professor Dr. PAULO JOSE LENTINO CAMARGO PROCHNO
Instituição: Faculdades Ibmecc/RJ

Professor Dr. JOSE RICARDO MAIA DE SIQUEIRA
Instituição: Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Rio de Janeiro, 25 de julho de 2006.

FICHA CATALOGRÁFICA

658.408 Pereira, Wolney Afonso.

P436 Proposição de um modelo analítico dos estágios da
responsabilidade social corporativa / Wolney Afonso Pereira
– Rio de Janeiro: Faculdades Ibmecc. 2006.

Dissertação de Mestrado Profissionalizante apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em Administração das
Faculdades Ibmecc, como requisito parcial necessário para a
obtenção do título de Mestre em Administração.

Área de concentração: Administração Geral.

1. Responsabilidade social da empresa. 2. Administração
de empresas.

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho e todo esforço empreendido na sua elaboração à minha filha Laís e a todos aqueles que como eu, lutam pela construção do futuro do nosso país através da ética, da igualdade social e do trabalho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente o apoio, a dedicação, o incentivo e o envolvimento de minha esposa Patrícia, que nos momentos mais difíceis desta caminhada se mostrou uma companheira maravilhosa de se ter para a vida inteira. Agradeço também minha mãe pela torcida incansável por minhas conquistas e pela formação que me concedeu, pautada sempre na honestidade e no trabalho.

Ao professor e amigo Luiz Alberto, ressalto meus votos de admiração e agradecimento por ter conduzido brilhantemente este trabalho ao entender minhas dificuldades, porém sem abrir mão da disciplina acadêmica que o estudo exige. Aos professores Paulo Prochno e José Ricardo Maia de Siqueira, agradeço imensamente pelas contribuições incomensuráveis como também pelo tempo empreendido neste projeto.

Aos amigos distantes, porém verdadeiros e sempre presentes no meu coração, agradeço pela cumplicidade. Pela amiga Vera Lucia agradeço à Deus, por tê-la colocado em meu caminho para que eu pudesse entender minha verdadeira missão como administrador.

Enfim, agradeço à Deus, minha família e meus amigos por tudo.

RESUMO

As empresas e a sociedade buscam continuamente modelos para identificar e avaliar seu estágio evolutivo dentro da Responsabilidade Social Corporativa. Diante disso, o objetivo principal deste trabalho é propor um novo modelo conceitual para a Responsabilidade Social Corporativa baseado nas semelhanças e diferenças teóricas existentes entre os modelos estudados. Abordam-se primeiramente na revisão da literatura as principais definições e correntes teóricas que formulam o entendimento contemporâneo acerca do tema, bem como uma descrição dos quatro modelos conceituais selecionados para o trabalho em função de suas representatividades junto a publicações científicas qualificadas. Posteriormente se realiza uma análise comparativa das estruturas teóricas dos modelos, apresentando-se as convergências e diferenças entre os mesmos, seguida da proposição do novo modelo e da proposta de metodologia para sua aplicação. Como considerações finais têm-se uma síntese do cenário contemporâneo da Responsabilidade Social Corporativa, onde se conclui que o perfil dos modelos existentes é baseado nas dimensões da responsabilidade social e na ética, como também que a semelhança do modelo proposto com os demais reside na estrutura conceitual, sendo os principais diferenciais a proposta da uma dimensão institucional e configuração das dimensões legal e econômica. Discorre-se como também sobre a importância da sedimentação de ferramentas baseadas na ética para a condução das relações empresa e sociedade.

Palavras Chave: responsabilidade social, construção teórica, modelos conceituais.

ABSTRACT

Enterprises and society seek for patterns to identify and evaluate their evolutionary phase in the Corporate Social Responsibility. Because of that, the main goal of this paper is to propose a new conceptual model for the Corporate Social Responsibility based on existing theoretical similarities and differences among the studied models. The main definitions and theoretical tendencies that express the contemporary understanding on the theme is approached first, as well as a description of the four conceptual models selected for the work because of their representativeness next to qualified scientific publications. Afterwards, a comparative analysis of theoretical structures of the models is made, by presenting the convergences and differences between them, followed by the proposition of a new model and the proposal of methodology for its application. As final considerations, there is a synthesis of contemporary setting of Corporate Social Responsibility, where it is concluded that the profile of existing models is based on the dimension of social responsibility and on ethics, as well as that the similarity of the model proposed along with the others remain in the conceptual structure, being the main differential the proposal of an institutional dimension and legal and economic dimension configurations. It is also discussed the importance of tools sedimentation based on ethics to lead the relationship between enterprise and society.

Key-words: social responsibility, theoretical construction, conceptual models.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Construção de Modelo: O ambiente institucional e a atividades de negócios.	14
Figura 2 - Critérios de Desempenho Social da Organização.....	29
Figura 3 - Modelo bidimensional de Responsabilidade Social Corporativa	31
Figura 4 - Passos para aplicação do modelo proposto.....	45

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Etapas do Estudo.....	10
Tabela 2 - Resumo das citações dos modelos selecionados em outros artigos.....	12
Tabela 3 - Modelo conceitual integrado da RSC.....	40

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	01
2. O PROBLEMA.....	03
2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA.....	03
2.2 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA.....	04
2.3 OBJETIVOS.....	05
2.3.1 Objetivo Final.....	05
2.3.2 Objetivos Intermediários.....	05
2.4 RELEVÂNCIA DO ESTUDO.....	05
2.5 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO.....	06
3. METODOLOGIA.....	07
3.1 TEORIAS E MODELOS CONCEITUAIS.....	07
3.2 ESTRUTURAÇÃO DO MODELO.....	08
3.3 ETAPAS DO ESTUDO.....	10
3.4 LIMITAÇÕES DO ESTUDO.....	15
4. REVISÃO DA LITERATURA.....	16
4.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA.....	16
4.1.1 Definições.....	16
4.1.2 Origens da RSC.....	19
4.2 EVOLUÇÃO DAS CORRENTES TEÓRICAS DA RSC.....	24
4.3 OS MODELOS CONCEITUAIS DA RSC.....	28
4.3.1 Descrição dos modelos selecionados.....	29
5. PROPOSIÇÃO DO MODELO CONCEITUAL DE RSC.....	35
5.1 SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS ENTRE OS MODELOS ESTUDADOS.....	35
5.2 PROPOSIÇÃO DO NOVO MODELO CONCEITUAL DA RSC.....	39
5.3 APLICAÇÃO DO MODELO CONCEITUAL PROPOSTO.....	45
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	49
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	53
APÊNDICE A - PESQUISA DO REFERENCIAL TEÓRICO.....	59

1. INTRODUÇÃO

O contexto social em que as empresas estão inseridas apresenta-se com diversos pontos de fragilidade, para os quais a responsabilidade social corporativa vem se demonstrando importante na conquista de soluções. Com isso a sociedade desenvolveu parâmetros de legitimidade para as ações sociais das empresas, visando dessa forma reconhecer as organizações que atendem às demandas sociais emergentes. A inexistência de consenso sobre uma definição para o tema na academia e a necessidade de uma configuração conceitual dos parâmetros sociais, objetivando a devida classificação do posicionamento empresarial, são os fatores estes que motivam o desenvolvimento do presente estudo.

Diante disso, o objetivo central do trabalho é propor um modelo conceitualmente analítico que esteja habilitado a identificar o estágio de desenvolvimento da responsabilidade social praticada pelas empresas, utilizando-se como metodologia a construção teórica de modelos conceituais. A metodologia conduzirá o trabalho pela integração dos modelos conceituais já existentes, bem como pelo entendimento da evolução dos conceitos acerca do tema.

Espera-se portanto, que o modelo conceitual a ser proposto possa contribuir no campo teórico da administração por ser uma ferramenta teoricamente integrada e adequada quanto à sua capacidade de análise e determinação.

Por fim, o presente trabalho está organizado iniciando-se pela contextualização e definição do problema, bem como pelos respectivos objetivos principal e intermediários. Posteriormente, é apresentada a metodologia utilizada, demonstrando-se os conceitos pertinentes à construção teórica, a estruturação do modelo, as etapas do estudo e suas limitações. Na revisão da literatura, estão presentes tópicos pertinentes às definições da responsabilidade social, suas origens e a descrição dos modelos conceituais estudados. Contempla-se da mesma forma no estudo a identificação das semelhanças e diferenças entre os modelos selecionados, bem como a própria proposição de um novo modelo, além da proposta de metodologia para aplicação do mesmo. Ao término encontram-se as considerações finais do trabalho, seguida das referências bibliográficas.

2. O PROBLEMA

2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO PROBLEMA

Mediante algumas dificuldades demonstradas pelo Estado em atender às demandas sociais emergentes, verificadas principalmente nas últimas décadas, a sociedade passou a eleger as organizações como uma das instituições responsáveis por tais práticas, tendo em vista se tratarem de centros de poder detentores de grandes recursos financeiros e humanos para tal.

Observa-se com isso um grande número de projetos sociais desenvolvidos pelas empresas com o foco orientado ao assistencialismo, bem como voltados para a divulgação de tal iniciativa visando alcançar a legitimação da empresa perante a sociedade. A legitimidade das ações empresariais perante a sociedade passou a ser ao longo do tempo uma das principais credenciais para o desempenho positivo nos negócios.

No âmbito da academia vários esforços têm sido empreendidos para se determinar objetivamente o conceito de responsabilidade social, sendo que os entendimentos se convergem somente quanto à consciência da necessidade de um posicionamento socialmente responsável por parte das empresas.

A sedimentação de um conceito definitivo acerca da responsabilidade social corporativa tem se apresentado como um dos desafios mais presentes no debate acadêmico, haja vista que os conceitos, correntes teóricas e fatos históricos se sobrepõem de forma relacional proporcionando aos pesquisadores um aspecto dicotômico quanto à estruturação da evolução do conceito.

Diante deste cenário, verifica-se que os modelos conceituais disponíveis buscam atender à demanda por soluções de questões fundamentais para o direcionamento da consolidação do tema, estando responsáveis pelo estabelecimento de ferramentas habilitadas a analisar e integrar os elementos relacionados à responsabilidade social, classificando suas atividades e identificando suas rupturas.

Conclui-se que o contexto da responsabilidade social em nível corporativo demonstra pontos de fragilidade como, os parâmetros de legitimidade das ações das empresas perante a sociedade, a inexistência de consenso sobre o tema e a necessidade de configuração desses elementos para a devida classificação do posicionamento empresarial, fatores estes que motivam o desenvolvimento do presente estudo.

2.2 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA

Qual a metodologia conceitualmente mais adequada para se identificar os estágios evolutivos de responsabilidade social corporativa praticada pelas empresas?

2.3 OBJETIVOS

2.3.1 – Objetivo Final

- Propor um modelo conceitual, a partir da integração dos modelos existentes, habilitado a analisar e identificar o estágio de desenvolvimento da responsabilidade social das empresas.

2.3.2 – Objetivos Intermediários

- Mapear e selecionar os modelos conceituais considerados mais relevantes no contexto acadêmico visando criar um arcabouço teórico específico sobre o tema.
- Comparar conceitualmente a estrutura, critérios e definições dos modelos a fim de se identificar padrões e divergências entre os mesmos.
- Visualizar a evolução do conceito de responsabilidade social ao longo do tempo buscando apontar os eventos significativos nos aspectos acadêmico e histórico.
- Ampliar o entendimento sobre as tendências teóricas emergentes que abordam relacionamento entre empresas e sociedade.

2.4 RELEVÂNCIA DO ESTUDO

A relevância do presente estudo baseia-se na necessidade, tanto no âmbito das organizações quanto da sociedade, de um direcionamento quanto às práticas de responsabilidade social, haja vista a grande influência que estas exercem diretamente no contexto sócio-econômico da atualidade.

A contribuição teórica do projeto se constitui primeiramente pelo enriquecimento do campo literário da administração relacionado à abordagem dos temas responsabilidade social

corporativa e consecutivamente pela ampliação do conhecimento relacionado à construção de teorias e modelos conceituais, sendo o primeiro como um dos maiores desafios presentes nas ciências sociais aplicadas e o segundo uma necessidade contínua de renovação acadêmica.

No aspecto prático, pode-se atribuir como contribuição a utilização do modelo proposto no planejamento, desenvolvimento e administração de projetos sociais, tanto por empresas quanto por demais instituições dispostas a tal iniciativa.

2.5 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

O presente trabalho está restrito à construção de um modelo conceitual analítico que possa identificar o estágio de desenvolvimento das ações de responsabilidade social das empresas. Portanto, não se apresenta como finalidade a contestação da função prática ou teórica dos demais modelos existentes, uma vez que neste caso os mesmos servirão de instrumento integrador do modelo a ser criado.

Da mesma forma, não se objetiva com o trabalho propor uma definição conclusiva a cerca do tema responsabilidade social, bem como alterar o parâmetro referencial da sociedade quanto à legitimação das ações sociais das empresas, sendo que as perspectivas a serem apresentadas são provenientes da literatura científica e terão como função descrever os aspectos pertinentes ao melhor entendimento sobre o assunto.

Enfim, estando aqui o estudo delimitado à construção teórica de um determinado modelo, a relevância conceitual dos pontos acima mencionados sugere um aprofundamento das pesquisas e a elaboração de novos trabalhos relacionados aos temas.

3. METODOLOGIA

A metodologia de pesquisa proposta para o estudo é baseada na **construção teórica de modelos conceituais**. Neste item serão apresentadas as definições de teoria e modelos conceituais, bem como a estrutura de desenvolvimento do modelo conceitual a ser proposto, as etapas necessárias para a consolidação do trabalho e a as limitações do presente estudo.

3.1 TEORIAS E MODELOS CONCEITUAIS

A consolidação de uma teoria deve passar necessariamente pelo atendimento aos requisitos de legitimidade e consistência enquanto que os desafios pertinentes aos modelos estão baseados na capacidade descritiva e analítica dos padrões delimitadores do seu entendimento. A conquista via formulação teórica são representadas pela explicação transparente do contexto, bem como pelas respostas às questões relevantes nos mais diversos campos da ciência.

Uma teoria completa deve ser construída mediante quatro elementos essenciais: o *quê*; *como*; *por quê*; *quem*, *onde* e *quando*. Juntos os elementos “o *quê*” e “*como*” constituem o domínio ou o conteúdo da teoria. O “*quem*”, o “*onde*” e o “*quando*” de uma teoria são tipicamente descobertos por meio de testes subsequentes das informações iniciais – “o *quê*”, “*como*” e “*por quê*” (WHETTEN, 1989).

Em seu artigo Sutton e Staw (1995) se posicionam em favor de acadêmicos como Kaplan (1964) e Merton (1967), os quais afirmaram que a teoria é resposta às indagações do por quê. A teoria diz respeito às conexões entre fenômenos, uma história sobre por que atos, eventos, estrutura e pensamentos ocorrem, ou seja, têm como característica fundamental a análise e conceituação conclusiva sobre determinado fato.

Conforme Cooper e Schindler (2003) os modelos são diferentes das teorias no sentido de que os modelos são analogias ou representações de algum aspecto de um sistema ou do sistema como um todo. Dessa forma o entende-se que um modelo é uma representação simplificada ou abstração da realidade. Descreve, reflete ou replica um evento real, objeto ou processo, porém não o explica. Um modelo conceitual é uma seleção de conceitos, com ou sem proposições, usado para representar ou descrever um evento, objeto ou processo (JACK, 1993) ¹.

Quanto a sua construção Hawes (1975) *apud* Cooper e Schindler (2003) preconiza que um modelo não é uma explicação; é apenas a estrutura e/ou função de um segundo objeto ou processo. Um modelo é o resultado de se apropriar da estrutura ou função de um objeto ou processo e utilizar isso como um modelo para o segundo. Quando a substância, seja física ou conceitual, o segundo objeto ou processo for projetado no primeiro, foi construído então um modelo.

3.2 ESTRUTURAÇÃO DO MODELO

A construção do modelo conceitual aqui proposto se caracteriza como um tipo de **ensaio descritivo**, tendo em vista que a finalidade conceitual dos mesmos exige tal formatação. De

¹ Tradução livre do autor.

acordo com Cooper e Schindler (2003) um estudo descritivo tenta descobrir respostas para as perguntas “quem”, “o que”, “quando”, “onde” e algumas vezes, “como”.

Pela perspectiva classificatória, pode-se afirmar que o estudo a ser desenvolvido será **exploratório**, baseado no conceito apresentado por Cooper e Schindler (2003) quanto ao entendimento que um estudo dessa categoria descreve uma investigação quando o problema final da pesquisa ainda não foi claramente estabelecido. Através da exploração, os pesquisadores desenvolvem conceitos de forma mais clara, estabelecem prioridades, desenvolvem definições operacionais e melhoram o planejamento final da pesquisa.

A **coleta de dados** será realizada **em nível secundário** através de consulta a publicações acadêmicas pertinentes ao tema responsabilidade social. As fontes de dados serão então artigos, livros e demais publicações de origem acadêmica, tendo em vista que o primeiro passo em um estudo exploratório é a busca de literatura secundária. Estudos feitos por terceiros, com seus próprios objetivos representam dados secundários. (COOPER E SCHINDLER, 2003).

A conclusão quanto aos referenciais teóricos analisados no estudo seguirá o método da **dedução conceitual**, uma vez que, segundo Jack (1993)², com a dedução conceitual, a pesquisa é postulada e as ramificações (ou predições) são detalhadas para comparação com a realidade, bem como para prover guias rumo à conclusão para os pesquisadores.

Enfim, objetiva-se como resultado deste trabalho a **proposição de um modelo conceitual**. Para Whetten (1989) a combinação dos “comos” e “por quês” produz o modelo típico por meio do qual podem derivar proposições passíveis de serem testadas – a principal diferença

² Tradução livre do autor.

entre proposições e hipóteses é que as proposições envolvem conceitos, enquanto hipóteses requerem medidas. Definimos proposição como uma declaração sobre conceitos que podem ser julgados como verdadeiros ou falsos, casos se refiram a fenômenos observáveis (COOPER E SCHINDLER, 2003).

3.3 ETAPAS DO ESTUDO

O presente estudo foi planejado para ser realizado em **quatro etapas** distintas visando resultar na proposição do modelo conceitual determinado pelos objetivos do trabalho. Cooper e Schindler (2003) sugerem que o planejamento de pesquisa serve para realizar objetivos e responder perguntas. A seleção de um planejamento pode ser complicada pela disponibilidade de uma grande variedade de métodos, técnicas, procedimentos, protocolos e planos de amostragem. Assim, segue conforme **Tabela 1** abaixo a seqüência escolhida para o estudo:

Etapa	Tarefa	Objetivo
1	Identificar e selecionar os modelos conceituais de RSC a serem estudados	Agrupar os modelos em função de sua relevância acadêmica
2	Analisar comparativamente os modelos	Identificar semelhanças e complementariedades entre os modelos
3	Formatar o modelo	Estabelecer a estrutura do modelo
4	Redigir as Considerações Finais	Finalizar o estudo

Tabela 1 – Etapas do estudo

Para Glaser e Strauss (1967), ao escolher grupos por relevância teórica, duas questões estratégicas surgem: a primeira, sobre o número de grupos com os quais trabalhar e a segunda, até que grau os dados devem ser coletados em cada grupo. Assim, a presente seleção se deu através de pesquisa exploratória, apresentada em detalhe no Apêndice 1 deste estudo, que

buscou identificar quais os modelos conceituais da RSC mais evidenciados cientificamente pelos diversos autores, através da visualização dos objetivos, metodologia e conclusão de cada artigo analisado.

Com isso, os modelos selecionados, conforme objetivo determinado para a **primeira etapa** do trabalho, são respectivamente o Modelo Dimensional das Responsabilidades Corporativas (Enderle e Tavis, 1998), o Modelo Bidimensional da Responsabilidade Social Corporativa (Quazi e O'Brien, 2000), o Modelo da Performance Social (Wood, 1991) e por fim, o Modelo Pirâmide da Responsabilidade Social (Carroll, 1979;1991). Os modelos foram identificados e selecionados em função da sua representatividade nas publicações acadêmicas de maior relevância.

Os dados pesquisados foram coletados através de consulta a determinadas publicações acadêmicas compreendidas entre os anos 2000 e 2005, onde se observou primeiramente os periódicos de abrangência nacional classificados como “Categoria A” pelo Sistema Qualis da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), sendo estas a Revista de Administração de Empresas (RAE/FGV-SP), a Revista de Administração Contemporânea (RAC/ANPAD), a Revista de Administração da Universidade de São Paulo (RAUSP/USP) e os artigos componentes do Encontro da Associação Nacional Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD). Também foi consultada a base de dados Ebsco, de onde se extraiu o número de citações de cada modelo nos demais trabalhos existentes na própria base.

Abaixo na Tabela 2, o resumo da pesquisa realizada, demonstrando os autores que realizaram citações dos modelos selecionados nos periódicos e no EnANPAD entre 2000 e 2005, bem como o número de citações de cada modelo na base Ebsco.

Modelos selecionados	Referências (Periódicos/Enanpad)	Base Ebsco
Carroll (1979,1991)	Ashley, Coutinho e Tomei (2000); Aligleri, Souza, Schmitt e Almeida (2003);Pinto, Pereira e Lara (2004); Oliveira, Gouvêa, e Guagliardi (2004); Coutinho e Macedo-Soares (2003); Pereira e Pinto (2004); Pinheiro Machado e Zylbersztjan (2004); Costa e Carvalho (2004).	0
Quazi & O'Brien (2000)	Pinheiro Machado e Zylbersztjan (2004)	4
Wood (1991)	Ashley, Coutinho e Tomei (2000); Hawkins e Costa (2002); Pena (2003); Kreitlon (2004); Galuchi e Tadeucci (2005).	141
Enderle e Tavis (1998)	Ashley, Coutinho e Tomei (2000); Ashley e Macedo-Soares (2001)	7

Tabela 2 – Resumo das citações dos modelos selecionados em outros artigos.

Finalizando esta etapa, observa-se em função do resumo apresentado, que o modelo de Wood (1991), embora citado cinco vezes nas publicações nacionais, tem grande representatividade conceitual visto ter sido citado 141 vezes nas publicações internacionais, suportando assim sua seleção para o estudo. Os modelos de Quazi e O'Brien (2000) e Enderle e Tavis (1998) também demonstram sua representatividade evidenciada nas publicações internacionais.

Já o modelo Carroll (1979,1991) se apresenta como a principal referência conceitual para os autores nacionais, em função da sua extensa participação nos diversos trabalhos pesquisados. A ausência das citações de Carroll (1979) na base Ebsco, se deve ao fato de que esta somente disponibiliza os artigos da *Academy of Management Review* a partir de 1984, não contemplando, portanto, o referido trabalho. Entretanto, sua relevância conceitual é comprovada pelos autores nacionais, o que credencia o modelo para integrar o presente estudo.

Pode-se atribuir da mesma forma, como resultado alcançado pela pesquisa, a visualização do cenário científico quanto às metodologias de pesquisa mais utilizadas e as tendências na academia sobre as discussões futuras sobre o tema. A partir as conclusões dispostas neste

cenário, consolidou-se então o objetivo do presente trabalho em propor um modelo conceitual analítico, enquanto que as fontes pesquisadas proporcionaram o desdobramento do conhecimento acerca do tema para se construir o embasamento teórico apresentado no estudo.

Na **segunda etapa** se buscou analisar individualmente a estrutura de cada modelo e em seguida comparar conceitualmente estas mesmas estruturas entre os modelos selecionados, visando identificar padrões e diferenças que viabilizassem a integração dos conceitos numa estrutura única. Para Lima (2004) o objetivo da análise comparativa é de apreciar as similaridades e diferenças dos casos e dos grupos de casos para fundamentar modelos explicativos do fenômeno estudado através das análises intra-sítio e inter-sítio. As diferenças e similaridades identificadas entre os casos na comparação inter-sítio, contribuem respectivamente para ampliar o potencial explicativo da teorização e ampliar a validade dos modelos explicativos resultantes da teorização.

Segundo Tesch (1990), a análise comparativa é o principal recurso intelectual do pesquisador que utiliza os métodos de pesquisa qualitativos inspirados na teorização embasada, sendo fundamental a identificação de uma estrutura fundamental, ou parâmetros de orientação, do fenômeno estudado habilitada a estabelecer relações trans-situacionais. Dessa forma, aqui consideramos as dimensões e os indicadores da responsabilidade social como os parâmetros de orientação para a comparação dos modelos selecionados.

De acordo com Glasser e Strauss (1967), o pesquisador escolhe alguns grupos que irão ajudar a gerar, na extensão mais plena, tantas propriedades de categorias quanto possível, e que irão ajudar a relacionar categorias umas às outras e às suas propriedades. As comparações entre os grupos são conceituais, e são feitas comparando similaridades ou diferenças e não

comparando as evidências propriamente ditas. Para comparar grupos e gerar teoria, o pesquisador deve utilizar a sua sensibilidade teórica.

Com a **terceira etapa** pretendeu-se determinar o formato integrado dos vínculos, padrões e relacionamentos existentes entre os modelos analisados. Assim, arquitetura do modelo foi baseada no esquema preconizado por Dienhart (2000) quanto à estruturação de um modelo para o melhor entendimento das relações entre o ambiente institucional e a atividade de negócios, conforme a Figura 1 abaixo:

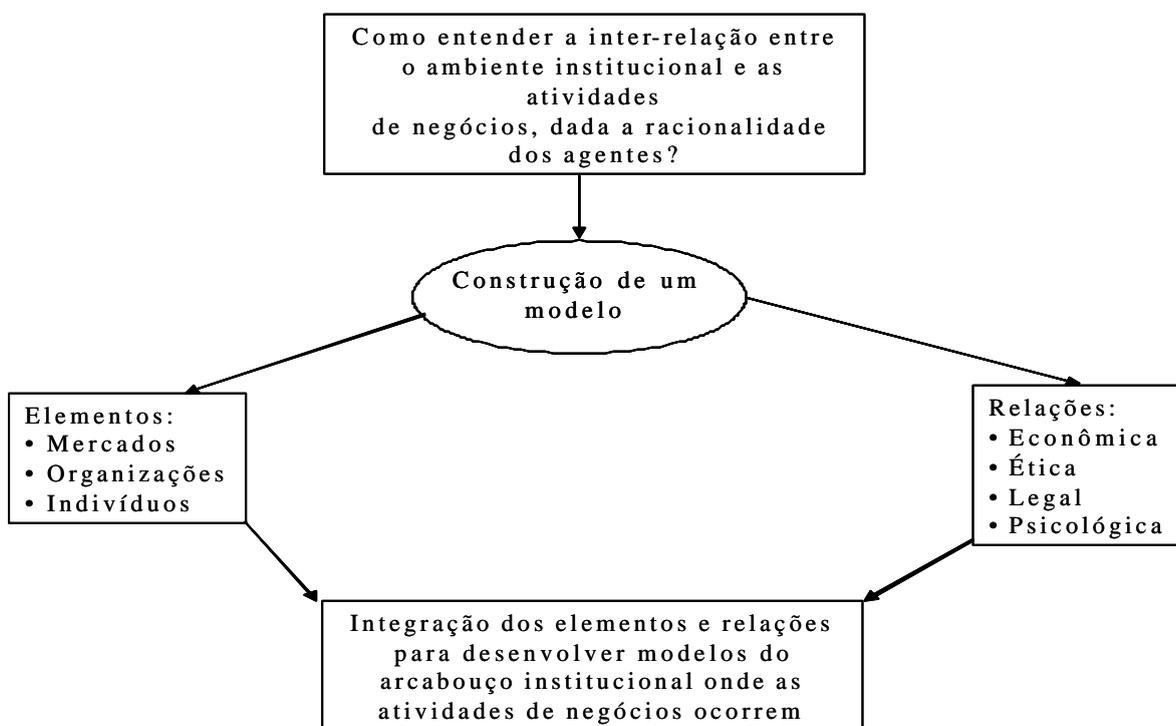


Figura 1 – Construção de Modelo: O ambiente institucional e atividade de negócios

O autor propõe, de acordo com a Figura 1, que para se entender melhor a inter-relação entre o ambiente institucional e a atividade de negócios se faz necessário a construção de um modelo que integre os elementos que interagem no ambiente institucional e as relações apresentadas no modelo. No caso do presente estudo os elementos interativos serão considerados os

indicadores de desempenho social³, enquanto que as relações serão representadas pelas dimensões da responsabilidade social, ambos extraídos dos modelos conceituais estudados.

Enfim, a proposição do modelo foi efetuada na **quarta tapa**, após o cumprimento das demais conforme previamente determinado no planejamento do estudo. Neste momento os esforços foram envidados na construção formal do trabalho, proporcionando assim a conclusão do mesmo.

3.4 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

A proposta do estudo é pesquisar nas publicações acadêmicas, principalmente nas apresentadas nos últimos cinco anos, o referencial necessário para a construção de um modelo conceitual via os pressupostos teóricos. Objetiva-se que as fontes de dados contemplem tanto a literatura nacional quanto publicações internacionais.

O estudo apresenta limitação metodológica, uma vez que a abrangência conceitual acerca do tema estudado é demasiadamente extensa, impedindo, portanto, de se alcançar todas as suas variáveis, sendo necessário então a limitação dos tópicos pela perspectiva da relevância acadêmica. Da mesma forma pode-se afirmar o método teórico de construção de modelos conceituais possui abrangência significativa, condicionando assim a seleção dos trabalhos mais evidentes na literatura contemporânea.

³ Níveis de responsabilidade social.

4. REVISÃO DA LITERATURA

A proposta da revisão de literatura do presente estudo é baseada no **campo teórico da administração**. Nesta seção serão abordados de forma descritiva tópicos relacionados às definições pertinentes ao tema, suas origens e a descrição das estruturas dos modelos selecionados no estudo.

4.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

4.1.1. Definições

A definição do tema Responsabilidade Social Corporativa (RSC)⁴ vem se apresentando ao longo dos últimos anos como um dos maiores desafios para a teoria das organizações. O consenso identificado no âmbito acadêmico acerca de uma conclusão definitiva ainda inexistente, estando próximo somente do entendimento sobre a necessidade da empresa em executar ações socialmente responsáveis. A discussão pertinente ao tema verificada na literatura acadêmica passa fundamentalmente pelas vias do relacionamento da empresa para com a sociedade e pelo entendimento da própria sociedade em relação às práticas empresariais em geral.

⁴ Abreviatura do termo a ser considerada ao longo do texto.

Partindo-se da perspectiva do **relacionamento da empresa para com a sociedade**, McWilliams & Siegel (2001) definem a RSC como um conjunto de ações que parecem oferecer ganhos sociais, além dos interesses básicos da empresa e do que é requerido por lei, significando que a mesma deve ir além dos limites legais da organização, sendo que a atuação empresarial permeia o ambiente interno, tal como todos os demais fatores externos aos quais a organização está diretamente relacionada ou não.

Portanto, uma empresa socialmente responsável procura ter uma visão de que tudo que ela faz gera uma variedade de impactos diretos e indiretos dentro e fora dela, atingindo desde os consumidores e empregados até a comunidade e o meio ambiente (MAKOVER,1994). Complementando, Srour (2000) destaca que uma organização socialmente responsável supõe práticas e programas que perpassem todas as operações do negócio e que se traduzam nos processos de decisão e ações subordinadas a um enfoque altruísta.

Daft (1999) ratifica o entendimento, porém destaca que a responsabilidade social da empresa baseia-se na obrigação da administração de tomar decisões e ações que irão contribuir para o bem-estar e os interesses da sociedade e da organização, ou seja, a responsabilidade dos dirigentes da empresa não se restringe exclusivamente à gestão do negócio, fomentando-se a geração de riqueza e a obtenção de lucro, mas também ao desdobramento e respectiva influência de suas ações no âmbito social.

Um pensamento de característica mais contundente desta via de pensamento é preconizado por Kang (1995) que propõe o conceito de responsabilidade social corporativa pré-lucro, demonstrando que as corporações são obrigadas a cumprir suas responsabilidades sociais e morais antes de tentarem maximizar seus lucros, sendo neste caso admitido que a interação da empresa para com a sociedade se dá por meio da transformação do objetivo clássico das

organizações em obter resultado financeiro em uma determinação de que este pressuposto para ser efetivamente verdadeiro deve estar respaldado pelo comprometimento moral e social da organização perante a sociedade.

Nas definições idealizadas a partir da perspectiva da **visão da sociedade quanto à responsabilidade social das empresas**, a base do entendimento aborda claramente o relacionamento existente de forma institucional, trazendo as organizações para o âmbito social como atores participantes tal como as demais instituições. Assim, por definição a RSC baseia-se na noção de que as corporações possuem a obrigação de trabalhar para a melhoria do bem-estar social (FREDERICK, 1994).

Embora algumas conceituações decorrentes desta via de pensamento não descartem a natureza instrumentalista das atividades empresariais, a interpretação das organizações como instituição social ratifica a condição de que as mesmas são diretamente co-autoras do desenvolvimento sócio-econômico dos locais onde estão presentes. Na concepção de De Luca (1998) a empresa, além de agente econômico com a missão de produzir riqueza, é também um agente social e, como um dos componentes da sociedade deve prestar conta aos demais.

De acordo com Wartick e Cochran (1985) existe um contrato entre a organização e a sociedade, que funciona como um veículo por meio do qual o comportamento dos negócios é posto em conformidade com os objetivos da sociedade sendo o que os negócios desempenham o papel de agentes morais na sociedade, refletindo e reforçando seus valores. A sociedade legitima as ações das organizações tendo em vista os valores e o padrão moral que a própria instituição empresarial ajudou a construir.

4.1.2 As origens da RSC

As bases do entendimento acerca das origens da responsabilidade social corporativa residem primeiramente na compreensão do **pensamento filosófico relacionado à ética** e em seguida no desdobramento de **debates de caráter econômico** promovidos pelas escolas de economia. A perspectiva filosófica possibilita o entendimento da influência da sociedade, através da sua própria evolução ética e moral, no surgimento da RSC, enquanto que a abordagem econômica permite visualizar como os pressupostos sócio-econômicos, despontaram de forma estrutural para a construção das relações entre empresas e sociedade.

Do **ponto de vista filosófico relacionado à ética** destaca-se que foi através do movimento denominado sofismo, que buscava explicações racionais para os fenômenos da natureza, tidos como sobrenaturais, que se iniciou a ruptura entre o mito e a razão⁵ (CHAUÍ, 1999). Para os filósofos sofistas o homem era a o mediador fundamental de todos os acontecimentos, portanto suas decisões deveriam ser pautadas pelas necessidades humanas e na relação com os demais, promovendo assim o sentido de ética nas relações sociais.

Na visão de Foucault (1977) *apud* Hardy e Clegg (2001) o conceito de ética se baseia na forma de cada indivíduo relacionar-se com o código moral de conduta estabelecido pela sociedade em que este está inserido. Assim, o comportamento ético ou moral não é imposto pela natureza e sim pela sociedade. As leis éticas, impostas para indicar a conduta, têm validade universal, ou seja, são imperativos.

Tendo em vista a substituição do Estado pelas empresas como responsáveis por atender as necessidades básicas da sociedade, Schroeder e Schroeder (2004) preconizam que se

⁵ Weber (2001) analisa elementos do modelo capitalista e toma razão sob duas abordagens: instrumental e substantiva.

consolida a partir daí o paradigma de que o desenvolvimento econômico é o próprio desenvolvimento humano, sendo que o posicionamento das empresas na sociedade vai além de suas atividades tradicionais passando a ter também a responsabilidade sobre o bem-estar social do homem, ou seja, a empresa além de prover a sociedade de bens e serviços, tem sob seus domínios o bem-estar do cidadão.

Tal argumentação é reforçada por Enriquez (1997) em sua posição de que a empresa difunde uma visão do futuro social, se encarregando não somente do desenvolvimento econômico da nação, mas também do desenvolvimento social, psicológico e cívico. Então a sociedade ao legitimar as ações das empresas de acordo com seu entendimento ético e moral ao longo do tempo, delegou à mesma a responsabilidade social de promover seu bem-estar.

Na **abordagem econômica**, os debates constantes promovidos na academia a fim de se identificar qual a forma mais coerente de atuação das organizações em relação à responsabilidade social, bem como a pressão exercida pela sociedade quanto à definição desse posicionamento, tendo em vista principalmente as decisões judiciais dicotômicas a partir da década de 50, contribuíram para evidenciar o posicionamento de duas **escolas fundamentais da economia** que fomentavam o debate por meio das defesas a favor ou contra da prática da RSC.

A **escola sócio-econômica**, caracteristicamente a favor da responsabilidade social, adota como pressuposto que a mesma deve ser pró-ativa, no sentido que a empresa deve adotar e executar ações junto à sociedade visando promover o bem-estar social de maneira sustentável e correta. Essa linha de pensamento teve seu resgate no período mais evidente de formação da escola, porém sua base conceitual havia sido desenvolvida no final do século XIX a partir da obra “O Evangelho da Riqueza” de Andrew Carnegie (1899).

No livro o autor preconiza o **princípio da caridade e da custódia** como os dois fundamentos básicos para a prática da responsabilidade social por parte das empresas. O princípio da caridade é baseado na idéia de que os mais ricos devem ajudar os menos afortunados da sociedade, principalmente os desempregados, inválidos, idosos e doentes. No caso do princípio da custódia os mais ricos e as empresas seriam os guardiões da riqueza, tendo como obrigação direcioná-la para os objetivos que a sociedade considera como legítimos.

Diante deste conceito, diversos autores construíram seus argumentos a favor da prática da responsabilidade social. Complementando o pensamento da escola, Ackerman (1985) apresenta através da **Teoria da Reatividade** o entendimento de que a responsabilidade social não deve ter a forma pró-ativa e sim ser interpretada como a capacidade que a organização tem de responder aos problemas sociais. Dessa forma o termo responsabilidade passaria a ser transformado em responsividade.

Os argumentos a favor da responsabilidade social corporativa têm grande representatividade na área acadêmica conhecida como *Business and Society*, destacando-se principalmente os trabalhos de Carroll (1979, 1991, 1994), Donaldson e Dunfee (1994), Frederick (1994,1998) e Wood (1991).

Jones (1996) considera que os argumentos a favor se enquadram em duas linhas básicas, as quais ele classifica como linhas **ética e instrumental**. Os argumentos éticos são derivados de princípios religiosos e de normas sociais institucionalizadas, considerando que as empresas e pessoas que nelas trabalham deveriam ser conduzidas a se comportar de maneira socialmente responsável, por ser a ação moralmente correta, mesmo que envolva despesas improdutivas para a empresa.

Os argumentos da linha instrumental consideram que há uma relação positiva entre o comportamento socialmente responsável e o desempenho econômico da empresa. Justifica-se esta relação por uma ação pró-ativa da empresa que busca oportunidades geradas por:

- Uma consciência maior sobre as questões culturais, ambientais e de gênero;
- Uma antecipação para se evitar regulações restritivas à ação empresarial pelo governo;
- Uma diferenciação de seus produtos diante de seus competidores menos responsáveis socialmente.

Em desfavor da prática da responsabilidade social a **escola de economia clássica** tem como fundamento a visão instrumentalista baseada nos princípios econômicos básicos representados pelos conceitos de direito da propriedade preconizado por Milton Friedman (1962, 1970) e da função institucional das organizações conceituada por Levitt em 1958.

Pela perspectiva dos **direitos da propriedade** (Friedman, 1962), argumenta-se que a direção corporativa, como agente dos acionistas, não tem o direito de fazer nada que não atenda ao objetivo de maximização dos lucros, mantidos os limites da lei. Portanto, o incentivo formal dado pelas organizações focaliza o desempenho no âmbito do mercado.

Em sua concepção de responsabilidade social, Friedman (1970) preconiza que:

“Existe apenas uma responsabilidade social da atividade de negócios – utilizar seus recursos em engajar-se em atividades delineadas para incrementar lucro tanto quanto possível dentro das regras do jogo, qual seja engajar-se em mercado livre e competitivo sem fraudes.”

O autor enfatiza que a aceitação de outras responsabilidades sociais que não a de gerar tanto lucro quanto possível para os acionistas por parte dos gestores e dirigentes pode criar uma tendência irreversível de desconstrução do ambiente mercadológico livre e competitivo.

Dessa forma, num artigo publicado no *New York Times Magazine* (Friedman, 1970) o autor argumenta que praticando a responsabilidade social o executivo estaria gastando o dinheiro alheio em nome do interesse social geral, reduzindo o retorno aos acionistas e gastando o seu dinheiro. Conclui ainda que uma vez que suas ações aumentem o preço ao consumidor, ele estará gastando o dinheiro deste consumidor e que se suas ações diminuem os salários de alguns empregados, ele está gastando o dinheiro destes empregados.

O argumento decorrente do conceito da **função institucional** preconizado por Levitt (1958) é baseado no entendimento de que outras instituições, tais como governo, igrejas, sindicatos e organizações sem fins lucrativos, existem para atuar sobre as funções necessárias ao cumprimento da RSC. Gerentes de grandes corporações não têm a competência técnica, nem tampouco tempo ou credencial para atividades de cunho público.

Esse entendimento é reforçado pela **premissa do auto-interesse**, na qual se caracteriza que seria melhor para a sociedade que as empresas mantivessem seu foco em sua função clássica de gerar tanto lucro quanto possível dentro das regras legais e morais, cabendo ao Estado determinar os aspectos regulatórios do mercado a fim de se impedir transgressões sócio-econômicas por parte das empresas, bem como administrar de forma coerente os recursos advindos das taxas e impostos alocando-os de forma proporcional e inteligente para a melhor distribuição de renda como também em projetos sociais.

4.2 EVOLUÇÃO DAS CORRENTES TEÓRICAS DA RSC

As correntes de pensamento da RSC se desenvolveram a partir das discussões teóricas promovidas pelos defensores das escolas de economia clássica e sócio-econômica. Suas estruturas foram construídas com base no questionamento ético e social das empresas e partiram de princípios bastante distintos quanto a sua forma de abordagem do tema. A evolução destas correntes se deu respectivamente ao longo do tempo denominado-as de *Business Ethics*, *Business & Society* e *Social Issues Management*.

Para o entendimento da evolução dessas correntes Carrol (1999) enfatiza a necessidade da compreensão de que na década de 50 o conceito de responsabilidade social era baseado fundamentalmente nos **princípios da filantropia e da governança**, sendo que ambos representavam uma manifestação paternalista do poder corporativo ao estimularem as empresas a serem generosas com os menos afortunados e a considerar também os interesses de outros agentes sociais.

O surgimento da *Business Ethics* acontece na década de 70 dentro de um cenário geral de contestações e turbulência social onde as empresas eram alvo de reivindicações constantes. Os questionamentos por mudanças no paradigma de que as organizações devem existir exclusivamente para a maximização do lucro eram cada vez mais contundentes, tornando-se institucionalizados como demanda básica da sociedade.

A partir do artigo escrito por Milton Friedman em 1970, precursor da escola de economia clássica, em desfavor da prática de responsabilidade social, vários autores passam a argumentar que o contrato social sobre no qual se baseava o sistema de economia livre havia se alterado, passando também a ser de obrigação das empresas as questões sociais e não

somente a geração do lucro (GENDRON, 2000). Retornam neste momento as discussões filosóficas acerca das finalidades das organizações, dando vida assim a *Business Ethics*, tida como um campo interdisciplinar onde dialogam entre si a filosofia e a administração (DE GEORGE, 1987).

A *Business Ethics* apresenta como proposta um tratamento de cunho filosófico, normativo, centrado em valores e julgamentos morais nos quais a empresa e suas atividades estão como qualquer outra instituição presente na sociedade sujeita ao julgamento ético. Diante deste pressuposto desenvolve-se a percepção da organização enquanto entidade moral, ou seja, as decisões empresariais deixam de ser atribuídas somente aos indivíduos e considera-se a hipótese de que possuam caráter organizacional.

De acordo com Lecours (1995) a idéia da responsabilidade pessoal é substituída pela noção de responsabilidade corporativa, transformando-se de uma perspectiva individualista para uma perspectiva organizacional, que transcende a mera agregação das ações dos sujeitos. É através de sua estrutura decisória interna que a empresa manifesta sua intencionalidade ou consciência, o que a torna imputável (FRENCH, 1995).

A abrangência dos estudos articulados pela *Business Ethics* sugere três níveis distintos para a análise da relação ética entre empresa e sociedade. No **nível de sistema**, a corrente reflete sobre as justificativas morais para o sistema econômico, sobre as variações institucionais, culturais e ideológicas no tocante às relações entre ética e negócios. No **nível organizacional** estuda as políticas, valores e práticas concretas da empresas. Por fim, no **nível individual** pesquisa o comportamento e os valores dos indivíduos em situações comerciais e de trabalho.

O nascimento da corrente denominada *Business & Society* consolida-se a partir da década de 80 quando a revolução decorrente das novas tecnologias da informação fomenta a globalização, transformando organizações locais em corporações transnacionais. Neste mesmo período o surge a *Social Issues Management*, impulsionada pelas grandes mudanças no ambiente mercadológico globalizado e de tecnologia altamente desenvolvida.

A *Business & Society* preconiza uma abordagem contratual quanto ao relacionamento empresa e sociedade, adotando como base uma visão sócio-política desta relação. Para os pensadores desta corrente a empresa e a sociedade formam uma rede de interesses e relações permeadas por disputas de poder, por acordos contratuais e pela busca da legitimidade.

Um dos pilares da *Business & Society* é a **Teoria dos Stakeholders** preconizada por Freeman (1984) segundo a qual a idéia de que as empresas não possuem responsabilidades senão em relação aos acionistas deve ser substituída pelo conceito de relação fiduciária da empresa com o conjunto de partes interessadas. O resultado final a atividade de cada organização empresarial deve levar em consideração os retornos que otimizam os resultados de todos os *stakeholders* envolvidos e não apenas os resultados dos acionistas.

Na visão de Wood (1991) a empresa e a sociedade fazem parte de um mesmo sistema, e estão em constante interação, ambas estão ligadas entre si por um contrato social e a empresa está sujeita ao controle por parte da sociedade. Assim, afirma:

“A idéia básica por trás da responsabilidade social corporativa é que as organizações e a sociedade são sistemas interdependentes e não distintos, portanto, é natural que a sociedade alimente certas

expectativas em relação ao que sejam comportamentos e resultados corporativos adequados.”

Kreitlon (2004) ressalta que a abordagem contratual fundamentada na *Business & Society* indica que a empresa, enquanto instituição social é criada para desempenhar determinadas funções junto à sociedade sendo sua legitimidade ratificada quando as cumpre literalmente. Com isso, conclui que a *Business & Society* veio romper com o modelo de capitalismo gerencial, abrindo caminho para a democratização das relações entre empresas e sociedade.

Paralelamente à *Business & Society*, surgia em meados da década de 80, a corrente teórica *Social Issues Management* proveniente da preocupação com os inevitáveis conflitos existentes na relação entre empresas e sociedades. A *Social Issues Management* se apresenta como de característica utilitária tratando os problemas sociais como variáveis a serem consideradas na gestão estratégica.

Procura dispor ferramentas de gestão para maximizar o desempenho ético e moral das organizações visando com isso transformar a sensibilidade corporativa em vantagem competitiva. Preconiza que a médio e longo prazo o que é bom para a sociedade é bom também para a empresa, deixando transparecer que o que é bom para a empresa acaba por fim sendo também bom para a sociedade.

A abordagem estratégica da *Social Issues Management* reconhece que a empresa não existe num ambiente composto apenas por consumidores, produtores e concorrentes, mas também por cidadãos que evoluem dentro de uma ordem política organizada (GENDRON, 2000). Por isso, a correlação desses fatores deve fazer parte do planejamento estratégico da organização

tendo em vista serem os responsáveis pelo fortalecimento da rede de interesses mercadológicos e éticos que a empresa está inserida.

A grande ênfase dada ao aproveitamento de oportunidades e minimização de riscos, por meio da resposta imediata às demandas sociais e éticas apresentadas pelos consumidores, são então encarados como fatores importantes na realização de maiores ganhos. O reconhecimento da dimensão social do consumidor e o caráter evolutivo das instituições abordados na *Social Issues Management* são decorrentes, segundo Kreitlon (2004), da própria evolução das correntes teóricas do campo da estratégia e mesmo da economia.

4.3 OS MODELOS CONCEITUAIS DA RSC

Dada a existência de uma diversidade de conceitos, terminologias, abordagens e teorias pertinentes à responsabilidade social, fomentou-se ao longo do tempo a busca por metodologias habilitadas a classificar as organizações quanto a sua relação de responsabilidade junto à sociedade. Os modelos conceituais abordam as organizações pela perspectiva de sua dimensão, bem como pela visão analítica do seu desempenho social.

Os modelos conceituais de responsabilidade social tratam basicamente das **relações éticas e morais das organizações**. Tendo em vista que as questões abordadas trazem consigo uma característica de subjetividade, estes modelos se preocupam basicamente em formatar o comportamento da organização de modo a permitir a visualização do estágio de desenvolvimento que a mesma se encontra, mediante fatores comparativos estabelecidos por cada autor.

A relevância destas metodologias tem aplicabilidade direta no cenário atual, haja vista que os padrões de responsabilidade social existentes condicionam as empresas a se adaptarem aos

mesmos buscando a legitimidade de suas investidas sociais. Zadek (2001) ao se opor a atitude das empresas em agir somente baseada em retornos financeiros imediatos, ressalta que o campo da cidadania corporativa é marcado por uma série de visões divergentes sobre que dados realmente contam e de como medir um progresso efetivo na área. Dessa maneira, um dos objetivos clássicos dos modelos existentes é servir de ferramenta para se visualizar a efetividade das ações sociais empreendidas pelas empresas⁶.

4.3.1 Descrição dos modelos selecionados

O modelo de análise do desempenho social mais evidenciado na academia foi desenvolvido por Carroll (1979, p.499 e 1991, p.41) e propõe que a responsabilidade social da empresa pode ser subdividida em quatro critérios: **econômico, legal, ético e discricionário**, conforme demonstra a figura abaixo:

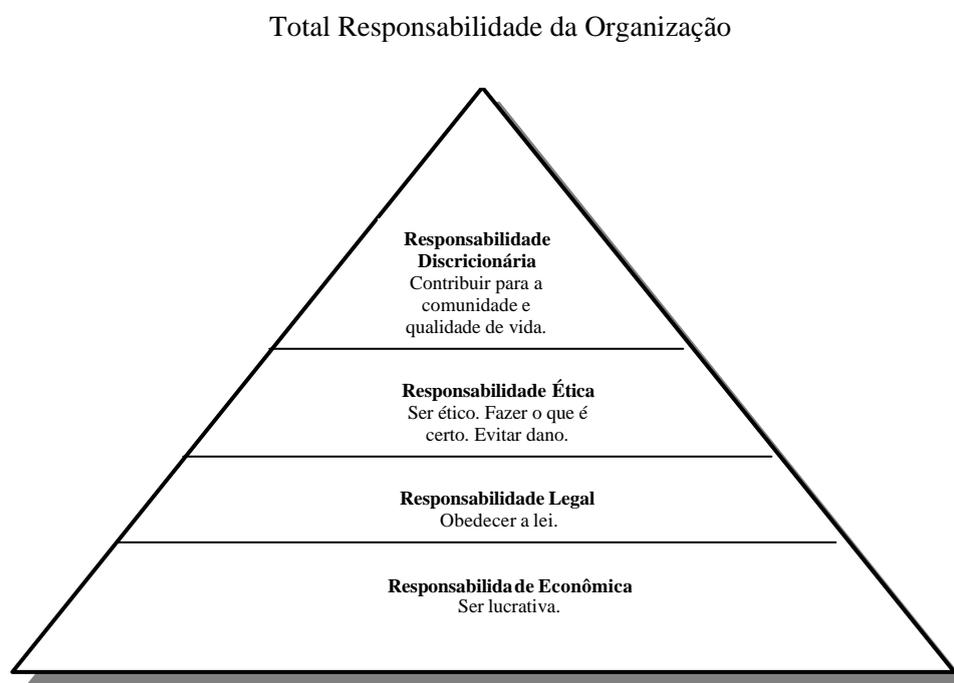


Figura 2 - Critérios de Desempenho Social da Organização

⁶ Mitnick (1995) aponta as mudanças ocorridas no referencial normativo da RSC e entende que não há razão para excluir-se a busca de teorização sobre estágios mais desejados de referência normativa.

O critério da **responsabilidade econômica** consiste na produção de bens e serviços que a sociedade deseja e maximizar o lucro para garantir a continuidade dos negócios e retorno de capital aos acionistas. A responsabilidade econômica é uma característica dos opositores à idéia da responsabilidade social e tem como defensor Milton Friedman (1970), precursor da escola de economia clássica.

A **responsabilidade legal** determina que as empresas atinjam suas metas econômicas e desempenhem seu papel na economia respeitando os aspectos regulatórios do Estado e cumprindo as leis determinadas pela sociedade em que está presente. Este critério toma como base a idéia de que as políticas públicas, por meio de leis e regulamentações, definem a responsabilidade empresarial.

O terceiro critério, da **responsabilidade ética**, orienta quanto a fazer o que é devidamente correto tendo em vista que na perspectiva da ética alguns comportamentos podem não estar codificados em leis, nem tampouco servir aos interesses econômicos e financeiros diretos da empresa, entretanto influenciam significativamente na percepção por parte da sociedade na imagem organizacional. Caracteriza-se como comportamento antiético quando decisões permitem a empresa obter ganhos à custa da sociedade.

Enfim, a **responsabilidade discricionária** contempla a contribuição da empresa para o desenvolvimento do bem-estar da sociedade. A responsabilidade discricionária preconiza a prática da filantropia, ou seja, considera-se a atividade de efetuar contribuições a instituições sociais sem esperar nem obter retorno.

Assim, o modelo ratifica que para uma empresa ser considerada socialmente responsável o desempenho social de suas atividades deve ser favorável quanto ao atendimento dos quatro critérios estabelecidos.

Por sua vez, Quazi e O'Brien (2000) preconizam que a responsabilidade social das empresas pode ser classificada mediante a análise das atividades que a mesma exerce nas **dimensões ampla e restrita**. As visões que cercam o conceito, juntamente com os parâmetros de análise do resultado das ações sociais, servem de mediadores do posicionamento da organização quanto à dimensão em que esta se encontra. Os argumentos dos autores estão abaixo representados na Figura 3.

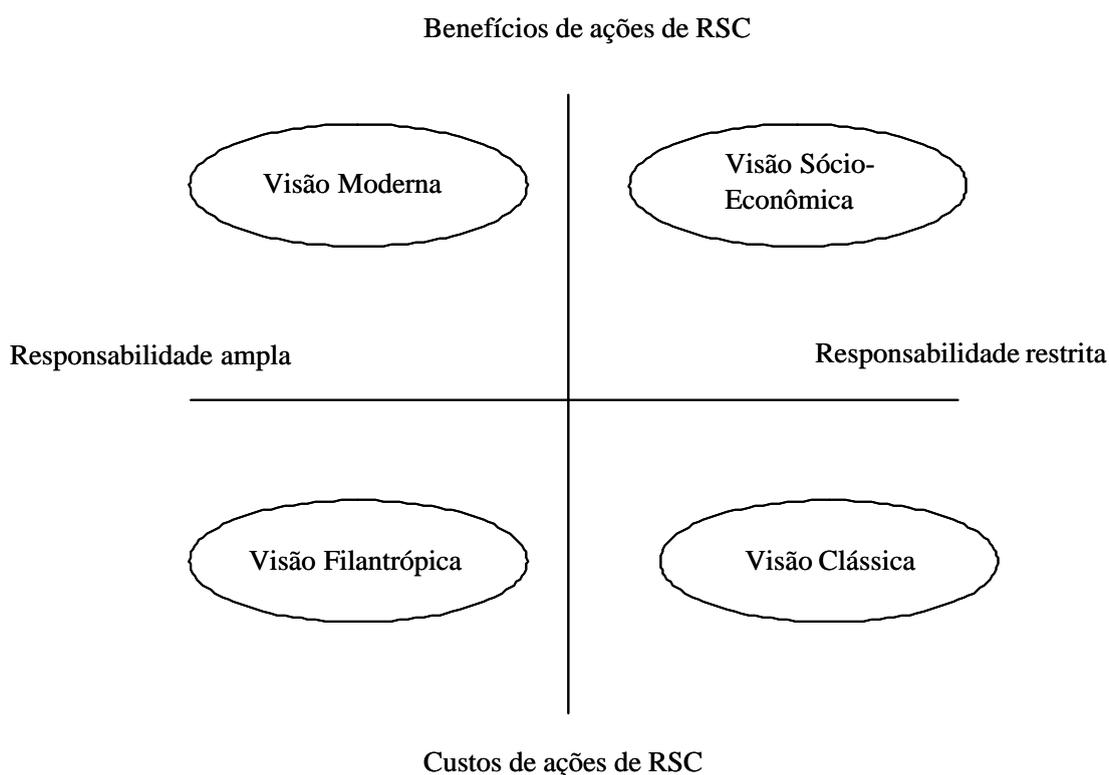


Figura 3 – Modelo bidimensional de Responsabilidade Social Corporativa

O entendimento do modelo, de acordo com a figura acima, quanto à **responsabilidade ampla** é de que esta trata das atividades de negócio que vão além das responsabilidades clássicas e

econômicas da organização, enquanto que a **responsabilidade restrita** visualiza que a função da empresa é a maximização do lucro para os acionistas.

A **responsabilidade ampla** definida pelo autor tem convergência com os argumentos de defesa da responsabilidade social, haja vista que contempla o conceito da visão moderna, a qual seria que as ações sociais trazem benefícios ao longo prazo para a empresa enquanto que o sugerido pela visão filantrópica é de que as ações devem ser realizadas mesmo que não tragam retornos ao longo do tempo.

No caso da **responsabilidade restrita**, conforme apresentado na Figura 1, o autor preconiza que a visão sócio-econômica atende ao conceito de que a função da empresa é maximização dos lucros para os acionistas, no entanto as ações sociais devem ser desenvolvidas por contribuir com geração de valor para a empresa. Na visão clássica as ações sociais não trariam benefícios à empresa, não tendo portanto, capacidade de geração de valor e por esse motivo não deveria ser desenvolvida.

Dessa maneira a empresa pode ter sua característica quanto à prática de RSC determinada a partir da classificação da dimensão em que está inserida. A **visão moderna e sócio-econômica** se convergem conceitualmente como favoráveis à responsabilidade social enquanto capacidade de geração de valor. Já a **visão clássica** se contrapõe à **visão filantrópica** na questão da prática das ações sociais, divergindo no entendimento quanto ao retorno proporcionado pelas mesmas.

Para avaliar o perfil de responsabilidade social das empresas, Wood (1991) apresenta um modelo que tem por objetivo facilitar a **visualização das dimensões e relacionamentos** de uma empresa socialmente responsável. Definiram-se nove elementos no modelo e para cada

um deles identificou um número de indicadores que têm a característica de serem genéricos para todas as empresas. Os indicadores estão classificados em três dimensões conforme segue:

- 1 - princípios de responsabilidade social: legitimidade, responsabilidade pública e arbítrio dos executivos;
- 2 - processos de capacidade de resposta social: considera a percepção do ambiente, o gerenciamento dos *stakeholders* e a administração de questões sociais;
- 3 - resultados das ações de responsabilidade social: efeitos nos *stakeholders* tanto internos quanto externos e efeitos institucionais externos.

Entretanto Swanson (1995) argumenta em desfavor do modelo, sugerindo como enriquecimento a adição das perspectivas econômicas e normativas aos princípios de RSC. Sendo assim, as dimensões estruturais do modelo se ampliariam além das considerações de trocas materiais da corporação, incluindo valores para o desenvolvimento econômico e social que legitimam a existência das empresas e permeiam os seus processos decisórios.

Ao refletir sobre o novo cenário empresarial, sedimentado pelo comprometimento social das organizações, Enderle e Tavis (1998), propõem um modelo conceitual em que as responsabilidades corporativas, analisadas em função das **dimensões econômica, social e ambiental**, devem ser consideradas em três níveis de desafios éticos a que as corporações se proponham:

- Nível 1 - onde há mínimos requisitos éticos, ou seja, a empresa atua de forma objetivamente voltada à maximização do lucro, sendo esta filosofia prioritária em relação às questões de ordem moral e ética;

- Nível 2 - em que são consideradas obrigações além do nível ético tendo em vista o entendimento que a organização tem o compromisso primordial de promover o bem-estar da sociedade através de suas ações socialmente responsáveis;
- Nível 3 - em que há aspirações para ideais éticos, onde a própria existência da organização tem relação fundamental com as demandas sociais.

Diante desse modelo cada empresa poderia ser analisada quanto sua conduta identificando-se o estágio em que a mesma encontra, segundo os três níveis determinados, em cada uma das dimensões da responsabilidade corporativa. Enderle e Tavis (1998) sugerem o **equilíbrio entre as dimensões** econômicas, sociais e ambientais, onde nenhuma destas deveria sobrepor-se a outra, desta forma, estas dimensões constituiriam ativos das empresas dando suporte para a sua sobrevivência em um cenário de constantes mudanças.

Ressaltam ainda que a visão de uma empresa sobre suas responsabilidades está relacionada a como esta mede o desempenho dos recursos comprometidos para o atendimento desta visão, sendo importante a exposição clara que se tem sobre o conceito de empresa socialmente responsável, visando com isso compreender a racionalidade subjacente às medidas de sua performance.

5. PROPOSIÇÃO DO MODELO CONCEITUAL DE RSC

Neste item serão apresentados os pilares edificados no estudo para a formatação do modelo proposto. Primeiramente serão descritas as **semelhanças e diferenças** identificadas entre os modelos selecionados, as quais servirão de base para a proposição do novo modelo. Por conseguinte, tratar-se-á da proposição em si, descrevendo inclusive as premissas que norteiam a referida proposição, seguida da proposta de metodologia para a aplicação do modelo proposto.

5.1 SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS ENTRE OS MODELOS ESTUDADOS

Propõe-se aqui, apresentar as **principais semelhanças e diferenças conceituais** identificadas nos modelos selecionados pelo processo de comparação teórica, buscando com isso visualizar os pontos de integração, como também os aspectos considerados singularmente por cada autor. A classificação e categorização sugerida pelos modelos possibilitam então a análise da integração entre os mesmos, conduzindo ao entendimento quanto às **convergências conceituais** pertinentes, conforme descrito abaixo:

1ª Semelhança: A convergência da dimensão Econômica preconizada por Carroll (1979,1991) com a dimensão Econômica de Enderle e Tavis (1998) e a Visão Clássica defendida por Quazi e O'Brien (2000).

As definições de dimensão e visão utilizadas pelos autores nas estruturas de seus respectivos modelos se convergem basicamente diante da perspectiva econômica da responsabilidade social, sendo equivalentes conceitualmente entre si, tendo em vista a argumentação de Friedman (1970) de que a empresa é socialmente responsável ao gerar novos empregos, pagar salários justos e melhorar condições de trabalho, além de contribuir para o bem-estar público ao pagar seus impostos.

Dessa maneira, as empresas responsáveis legalmente cumprem única e exclusivamente o que está determinado na lei, evitando um envolvimento maior com o seu entorno. Analisando do ponto de vista ético, empresas estariam no estágio pré-convencional do desenvolvimento moral (KOHLBERG, 1976), sendo que sua atuação é baseada na obediência das regras visando evitar punições e na busca do interesse próprio

2ª Semelhança: A convergência do modelo de Wood (1991) com a dimensão Social de Enderle e Tavis (1998) e a Visão Sócio-Econômica defendida por Quazi e O'Brien (2000).

Entre si, a dimensão e os indicadores evidenciados no modelo Wood (1991), a dimensão social difundida por Enderle e Tavis (1998) e a Visão Sócio-Econômica observada por Quazi & O'Brien (2000) se convergem mediante a argumentação de Wartick e Cochran (1985) e principalmente em função da **Teoria dos Stakeholders** de Freeman (1984), que complementa afirmando que o resultado final da atividade de cada organização empresarial deve levar em consideração os retornos que otimizam os resultados de todos os *stakeholders* envolvidos e não apenas os resultados dos acionistas.

3ª Semelhança: A convergência da dimensão ética do modelo de Carroll (1979,1991) com a dimensão Ambiental de Enderle e Tavis (1998) e a Visão Moderna apresentada por Quazi e O'Brien (2000).

As relações éticas e os pressupostos morais permeiam as convergências apontadas nesta terceira consideração, uma vez que segundo SROUR (2000) uma empresa responsável é aquela que se mostra disposta em aceitar as conseqüências de suas próprias ações, é digna de confiança, fidedigna e apresenta senso de obrigação para com a comunidade tanto interna como externa, enfim, é aquela em que a sociedade pode confiar, tendo senso de compromisso e postura ética.

Complementando, Melo Neto e Froes (2001) ressaltam que as empresas socialmente responsáveis tendem a se destacar das demais em função do seu padrão de comportamento ético-social, demonstrando comprometimento com a comunidade local e com seus funcionários, por meio de ações sociais cujo principal objetivo não é o marketing, mas o desenvolvimento local.

4ª Semelhança: A convergência da dimensão discricionária do modelo de Carroll (1979,1991) com a Visão Filantrópica preconizada por Quazi e O'Brien (2000).

Ambos os conceitos abordados nesta consideração atendem ao pressuposto de que a empresa tem responsabilidade de promover o bem-estar social por meio de assistência às demais instituições da sociedade, tendo em vista ser centro detentor de grandes recursos financeiros.

Para Carroll (1991) inclusive, a responsabilidade discricionária é o critério mais elevado da responsabilidade social, por se definir como ação de caráter voluntário e motivada pelo

aspecto ideológico da empresa em exercer atividades sociais não impostas pela economia, pela lei ou mesmo pela ética. As organizações que desenvolvem este comportamento pró-ativo passam a assumir várias responsabilidades, entre elas as econômicas e sociais como parte de suas filosofias.

Maignan e Ferrell (2001) ratificam apontando que a dimensão filantrópica prevê atividades que são guiadas pelo desejo dos negócios em se engajar em papéis sociais não legalmente obrigatórios, mas que estão se tornando cada vez mais estratégicos. Da mesma forma, Porter e Kramer (2002) salientam que a empresa pode valer-se de iniciativas filantrópicas para melhorar o seu contexto competitivo – a qualidade do ambiente de negócios no local, ou locais, em que opera. Recorrer à filantropia para melhorar o contexto implica um alinhamento das metas sociais e econômicas e melhora as perspectivas comerciais de longo prazo da empresa.

Ao se investigar as **diferenças conceituais** existentes entre os modelos, pode-se verificar que estas se apresentam em menor número em relação às semelhanças, haja vista que os modelos são compostos basicamente de estruturas formatadas por dimensões que abordam principalmente os aspectos econômicos, sociais, éticos e filantrópicos, seguidos por indicadores que definem o escalonamento das ações dentro de cada dimensão.

Assim, como diferença conceitual entre as estruturas dos modelos pode-se identificar somente uma de caráter relevante para o estudo, a qual se demonstra evidente basicamente por abordar de forma exclusiva, de acordo com o entendimento do autor, uma das dimensões da responsabilidade social. Segue então abaixo, a principal diferença encontrada:

1ª Diferença: A divergência da dimensão Legal preconizada por Carroll (1979,1991) com as demais dimensões apresentadas por Enderle e Tavis (1998), Quazi e O'Brien (2000) e Wood (1991).

Neste ponto observa-se que Carroll (1979,1991) atribui de modo específico como uma dimensão da responsabilidade social a obrigatoriedade da empresa em cumprir integralmente com as exigências legais e fiscais, convergindo com entendimento que a responsabilidade legal diz que as empresas devem obedecer às leis, embora possam contestá-las e recusar as incongruências que, muitas vezes, encerram (CHERQUES-THIRY, 2003), bem como de que a responsabilidade social da empresa é contribuir para o bem-estar público através da sustentabilidade proveniente da geração de lucro e proventos dentro da legalidade imposta pelas leis.

5.2 PROPOSIÇÃO DO NOVO MODELO CONCEITUAL DA RSC

Dada a perspectiva estrutural similar que se apresenta nos modelos, pode-se verificar pelas semelhanças e diferenças identificadas, que as abordagens conceituais buscam ratificar os padrões da responsabilidade social. Diante deste entendimento e visando resguardar a integridade conceitual do trabalho, foram estabelecidas **premissas teóricas** para a construção do novo modelo, as quais segundo Cooper e Schindler (2003), têm a função de conduzir, bem como orientar de forma isenta a estruturação de teorias. Abaixo, as premissas definidas:

- A composição estrutural do modelo deve partir do entendimento de legitimidade, ou não, das semelhanças e diferenças identificadas nos modelos selecionados no estudo.
- A estrutura deve buscar abranger os parâmetros de orientação básicos (dimensão e indicador) definidos como fundamentais para sua composição, devendo inclusive os estágios estar definidos proporcionalmente para cada dimensão.

Mediante as premissas determinadas, bem como diante da metodologia definida para a construção do estudo, propõe-se conforme Quadro 3 abaixo, um modelo conceitual da responsabilidade social corporativa composto pelas dimensões econômica, institucional e ética, bem como por três níveis de desenvolvimento para cada dimensão, os quais combinados proporcionam a identificação do estágio evolutivo das organizações. Abaixo a Tabela 3 demonstrativo do modelo proposto:

Dimensões		Econômica	Institucional	Ética
Estágios	1	Maximiza o lucro p/ acionistas.	Ações sociais legítimas e responsabilidade sobre tomadas de decisões, além de liberdade para tomá-las.	Mínimos requisitos éticos.
	2	Maximiza o lucro, obedecendo as leis.	Ações legitimadas pela sociedade com gestão sobre os interesses e conflitos entre os envolvidos na ação social.	Obrigações além do nível ético.
	3	Maximiza o lucro, obedecendo as leis, visando a sustentabilidade dos negócios.	Resultados positivos das ações abrangendo e beneficiando os envolvidos, bem na própria instituição.	Aspirações p/ ideais éticos.

Tabela 3 – Modelo conceitual integrado da RSC.

A **dimensão econômica** e seus respectivos estágios evolutivos têm como proposição o conceito de que a responsabilidade social da empresa é contribuir para o bem-estar público através da sustentabilidade proveniente da geração de lucro e proventos dentro da legalidade imposta pelas leis, legitimando assim a primeira semelhança identificada, a qual apresenta a convergência da dimensão Econômica preconizada por Carroll (1979,1991) com a dimensão Econômica de Enderle e Tavis (1998) e a Visão Clássica defendida por Quazi e O'Brien (2000), bem como se alinhando ao entendimento preconizado por Friedman (1970) de que as principais metas de uma empresa são de natureza econômica, sendo que os seguidores deste

pressuposto acreditam que a empresa deva satisfazer as obrigações sociais mínimas impostas por lei.

Da mesma forma a dimensão proposta não legitima a diferença encontrada entre os modelos, que aponta acerca da divergência da dimensão legal preconizada por Carroll (1979,1991) com as demais dimensões apresentadas por Enderle e Tavis (1998), Quazi e O'Brien (2000) e Wood (1991), tendo em vista o posicionamento de North (1994) ao preconizar que a lei faz parte das regras do jogo, sendo as empresas “jogadores” que atuam condicionados pelo ambiente institucional, mas também tentando influenciar o modelo vigente a seu favor, assim como os demais grupos de interesse na sociedade.

Por sua vez, Pinheiro Machado (2002) comenta que na visão de Carroll (1979, 1991) a responsabilidade social legal implica uma conduta da empresa consoante com as normas legais vigentes. Numa visão simplificada, para atender a este requisito os gestores das empresas socialmente responsáveis devem simplesmente seguir os preceitos legais, sem necessidade de exercer nenhuma ação discricionária. Segundo o autor, a definição de Carroll (1979,1991) da responsabilidade legal é bastante simplificadora da realidade.

Com isso, a proposta para os estágios obedece ao mesmo critério de evolução conceitual orientado pela composição da dimensão, sendo inclusive considerada a dimensão legal preconizada por Carroll (1979,1991) como o último estágio evolutivo da dimensão econômica apresentada.

Quanto à **dimensão institucional** e seus estágios apresentados no modelo, propõe-se que a empresa, enquanto instituição de contínua interação com a sociedade, tem obrigações relacionadas ao seu desenvolvimento sócio-econômico, sendo seu dever contribuir para a

manutenção e evolução permanente de um cenário social favorável.

Nesta visão observa-se primeiramente que o modelo de Wood (1991), quanto às suas dimensões e indicadores, tem caráter institucional diante do ponto de vista de Selznick (1992) que propõe principalmente que as estruturas burocráticas ou grupos corporativos, instituições governamentais, empresas e entidades educacionais, dominam a arena social. Essas instituições na grande maioria das vezes têm o domínio de grandes recursos e influenciam, direta e indiretamente, no destino das pessoas. Essa influência das empresas na atividade social e a capacidade de determinar responsabilidade moral e social à coletividade estão intimamente ligadas ao que o autor denomina institucionalização.

Entende-se então como legítima a segunda semelhança identificada sobre a convergência do modelo de Wood (1991) com a dimensão Social de Enderle e Tavis (1998) e a Visão Sócio-Econômica defendida por Quazi e O'Brien (2000), haja vista o argumento de Alvesson (1990, p.384) quanto ao fato de que as corporações têm que sobreviver em ambientes crescentemente complexos e politizados, significando que seus dirigentes devem considerar aspectos de legitimidade da percepção da sociedade sobre a corporação em um nível mais elevado. Obedecer às leis e produzir lucros, portanto, não é mais o suficiente e a legitimidade é um *status* conferido à organização quando os *stakeholders* endossam e dão suporte aos seus objetivos e às suas atividades (PFEFFER;SALANCIK, 1978).

Estabelece-se, sobretudo neste caso, o modelo de Wood (1991) como a base para a formação dos estágios evolutivos propostos, tendo em vista se concluir que este tem abrangência relevante e habilitada para tal definição.

A terceira semelhança identificada, aqui considerada legítima, entre os modelos baliza a conceituação da **dimensão ética** proposta, haja vista que o entendimento comum verificado na convergência da dimensão ética do modelo de Carroll (1979,1991) com a dimensão Ambiental de Enderle e Tavis (1998) e a Visão Moderna apresentada por Quazi e O'Brien (2000), atendem ao conceito proposto nesta dimensão de que a empresa tem responsabilidade de agir dentro dos padrões éticos vigentes na sociedade visando influenciar seu desenvolvimento moral e do indivíduo, bem como promover a sustentabilidade dos recursos naturais que utiliza.

Cherques-Thiry (2003) aprofunda a discussão ao afirmar que a responsabilidade moral não é coercitiva, não é negociável e não é evidente. A responsabilidade moral é a única que não admite o equívoco e a evasão. No conceito de responsabilidade social está contida, portanto, somente uma das dimensões da ética, que é a do compromisso moral de responder sobre atos e intenções. Sobretudo, entende-se que a empresa tem responsabilidade de agir dentro dos padrões éticos vigentes na sociedade visando influenciar seu desenvolvimento moral e do indivíduo, bem como promover a sustentabilidade dos recursos naturais que utiliza.

Para Micklethwait & Wooldridge (2001) o comportamento ético para as empresas, tanto no ambiente interno quanto externo, é recompensador por conta do efeito positivo na sua reputação, na sua imagem junto à sociedade, bem como para a sustentabilidade dos negócios.

Os estágios evolutivos propostos nesta dimensão tratam-se basicamente dos mesmos preconizados pelo modelo de Enderle e Tavis (1998), em função do entendimento que neste caso a atribuição justa e objetiva da ética abordada na dimensão é plenamente alcançada pelos indicadores do modelo.

Em relação à quarta semelhança identificada, que trata da convergência da **dimensão discricionária** do modelo de Carroll (1979,1991) com a Visão Filantrópica preconizada por Quazi e O'Brien (2000), pode-se concluir que neste caso não seria legítimo atribuir uma dimensão, bem como estágios evolutivos específicos por se entender que a filantropia preconizada está presente como obrigação das organizações no conceito da **dimensão ética** proposta e nos estágios da **dimensão institucional**.

Ademais, embora existam convergências entre os conceitos de Carroll (1979,1991) e Quazi e O'Brien (2000) respectivamente, a sociedade tem contestado a legitimidade da filantropia enquanto parâmetro para a responsabilidade social, argumentando que a atividade trata-se de obrigação da empresa para com as demais instituições e não uma ação pontual e facultativa.

Conforme Melo Neto e Froes (2001), houve uma quebra de paradigma no conceito de responsabilidade social no que se refere ao rompimento com as ações de caráter unicamente filantrópico para uma filantropia de alto rendimento, baseada no marketing social, bem como uma mudança para ações mais substanciais que proporcionem o desenvolvimento social.

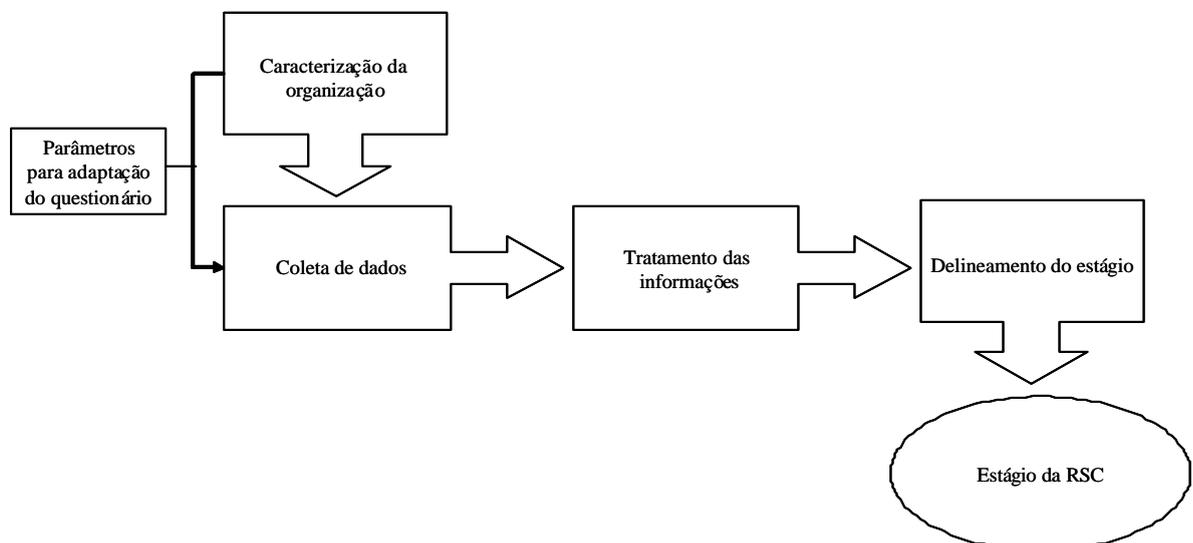
Paiva (2004) ainda enfatiza que a responsabilidade por resultados sociais é duradoura, ao contrário das doações de caridade ou de ações filantrópicas efetuadas por muitas empresas, enquanto Camargo e Carneiro (2004) observam que várias empresas executam ações de responsabilidade social voltadas para o assistencialismo e caridade, porém mesmo sendo importantes para a sociedade não geram riqueza, bem como não dignificam o indivíduo. Conclui-se então, que a responsabilidade social difere da filantropia porque reflete consciência social e dever cívico.

5.3 APLICAÇÃO DO MODELO CONCEITUAL PROPOSTO

A aplicação do modelo proposto é baseada no conceito de que para a organização ser considerada socialmente responsável, **todos os estágios evolutivos de cada dimensão devem ser plenamente atendidos e satisfeitos**, sendo que havendo em determinada dimensão um indicador de nível inferior ao terceiro, seja este então o estágio a ser considerado como um todo.

Assim, para Maignan & Ferrell (2000), a avaliação de especialistas, indicadores simples ou múltiplos e *surveys* com gerentes são as principais abordagens para medir o comprometimento dos negócios em direção à responsabilidade social corporativa. Diante disso, propõe-se que a metodologia a ser utilizada para a aplicação do modelo seja direcionada a partir *surveys* com gerentes ou responsáveis pelas organizações, sendo o processo de identificação dos estágios evolutivos determinados em quatro passos: **caracterização da organização, coleta de dados, tratamento das informações e delineamento do estágio evolutivo**. Os quatro passos estão abaixo representados pela Figura 4:

Figura 4 – Passos para aplicação do modelo proposto.



Na etapa de **caracterização da organização** a ser submetida ao modelo, propõe-se identificar seus aspectos econômicos e estruturais a fim de se visualizar todas as relações exercidas com o ambiente no qual está inserida, bem como constituir um direcionador para a elaboração da ferramenta a ser utilizada na coleta de dados. Neste passo então, devem ser clarificados elementos como setor da economia em que atua, número de funcionários que emprega, perfil da sustentabilidade financeira e outros indicadores que permitam visualizar as atividades da organização perante a sociedade.

No segundo momento, da **coleta de dados**, sugere-se utilizar o questionário desenvolvido por Maignan & Ferrell (2001) a partir dos estudos de Carroll (1979,1991) como a ferramenta para a realização das *surveys* com os gerentes. Tal seleção é justificada em virtude de que as variáveis utilizadas pelo questionário já foram aplicadas em estudos com diferentes contextos, bem como pela similaridade estrutural do modelo Carroll (1979,1991) com o modelo proposto.

Vale ressaltar que o trabalho de Maignan & Ferrell (2001) deve exercer uma **função orientadora** para a elaboração de um novo questionário, o qual deve estar preparado para atender à estrutura do modelo proposto, como também ser adaptado às características da organização a ser estudada, de acordo com o perfil identificado na etapa primeira da aplicação. Cabe dessa forma, que o novo questionário seja sedimentado a cada adaptação pelo método da **validação de conteúdo**, também chamada validade nominal, que se trata de uma avaliação subjetiva, porém sistemática, da exatidão com que o conteúdo de uma escala representa no trabalho de medição em andamento (MALHOTRA, 2001). Tal método visa submeter a escala ao julgamento de especialistas para que possam julgar a pertinência ou não de cada afirmação para a medição específica que se pretende atuar.

Para o passo **do tratamento das informações**, então coletadas na fase anterior, entende-se que a alternativa mais inteligente seja a utilização do método *Grade of Membership (GoM)*. Este método utiliza a **Teoria de Conjuntos Nebulosos (Fuzzys)** de modo que cada empresa possa ter certo grau de pertinência em múltiplos conjuntos, diferentemente de vários métodos estatísticos. Baseando-se nas considerações de Sawyer *et al* (2000), a aplicação do método de Grade of Membership (GoM) para o delineamento de perfis de empresas quanto à adoção de práticas de responsabilidade social considera que:

- A associação, não observada, entre as categorias das variáveis no modelo, delinea dois ou mais perfis, bem determinados, que se denominam perfis extremos;
- Esses perfis extremos correspondem a conjuntos fechados, clássicos e com todas as propriedades destes;
- A cada empresa são atribuídos graus de sua pertinência aos perfis extremos. Assim, se uma empresa possuir todas as características de um dos perfis extremos, o seu grau de pertinência a esse perfil será de 100% e, conseqüentemente, zero aos demais. Quanto mais essa empresa se aproximar do perfil extremo, maior será o seu grau, em relação a este perfil, e menor em relação aos demais.
- Os graus de pertinência das empresas constituem um conjunto nebuloso, ou seja, quanto maior o número de variáveis melhor o conjunto fica definido;
- O método estima os seus parâmetros por processos iterativos, e, portanto, quanto menor o tamanho da amostra, menor o seu tempo de convergência.

Além de o método GoM possibilitar a análise de dados categóricos de alta dimensão, segundo Machado (1997), este método, quando comparado a outras técnicas disponíveis de análise de *clustering*⁷, apresenta, dentre outras, a vantagem de possibilitar a análise de pequenas

⁷ Agrupamento.

amostras com um grande número de variáveis. Uma outra vantagem do método é revelar, de forma muito simples, a heterogeneidade presente na amostra, uma vez que o grau de pertinência de cada empresa é dado pela conjunção, nesta empresa, de todas as categorias das variáveis do modelo (SAWYER, *et al* 2002).

O **quarto e último passo** preconiza o delineamento do estágio evolutivo da responsabilidade social corporativa da organização por meio da análise conclusiva dos elementos resultantes do tratamento das informações na etapa anterior. Assim, mediante a plena execução de todos os passos anteriores, cabe ainda avaliar criteriosamente os resultados para então se concluir acerca da definição do estágio que a organização se encontra, conforme determina o conceito de classificação do modelo.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se que a responsabilidade social corporativa vem se desenvolvendo ao longo do tempo como um instrumento de regulação social, tendo em vista a expansão das grandes corporações nos mais diversos países e em função da ética global legitimar a intervenção das empresas no âmbito social a fim de promover a melhoria do cenário atual. Dessa forma os requisitos para a empresa se tornar eficiente, do ponto de vista ético perante a sociedade, se transformam constantemente diante da necessidade de atendimento das demandas sociais.

Por outro lado, observa-se que as definições acerca da responsabilidade social não demonstram pleno consenso teórico em função do contexto sócio-cultural e econômico em que cada uma delas foi concebida. A visão influenciada pela percepção organizacional, mesmo admitindo suas responsabilidades com os demais atores sociais além das fronteiras do negócio, traz institucionalizada consigo um viés instrumentalista clássico decorrente do entendimento sobre a função-objetivo das empresas de maximização do lucro, conforme Makover (1994) e Daft (1999).

Assim, a evolução lógica do conceito de responsabilidade social, mediante o surgimento das correntes teóricas, fomentou a construção dos modelos conceituais, visando determinar uma ferramenta habilitada a identificar o posicionamento empresas diante da sociedade, bem como o desempenho das ações sociais empreendidas por estas. Portanto, os modelos conceituais da

RSC representam uma configuração dos conceitos relacionados ao tema, que em função de sua diversidade têm sido formatados a fim de se obter estruturas conceituais analíticas e abrangentes.

Os modelos conceituais aqui estudados evidenciam a busca pela abrangência teórica e analítica pertinente ao tema por possibilitar a observação que os modelos de Carroll (1979,1991), Enderle e Tavis (1998) e Quazi e O'Brien (2000) apresentam abordagens relacionadas desde os aspectos econômico e ético ao filantrópico, enquanto Wood (1991) contribui também nessas abordagens com os aspectos institucional e de desenvolvimento moral respectivamente.

Identifica-se pelas semelhanças e diferenças entre os modelos, que os relacionamentos existentes entre estes proporcionaram uma base analítica coerente para a formatação de um novo modelo. Contudo observa-se também que as principais semelhanças e diferenças encontradas foram diretamente os fatores de orientação e resultaram em três principais conclusões sobre as estruturas dos modelos, que seguem:

- As semelhanças conceituais entre os modelos são verificadas principalmente na abordagem da dimensão da responsabilidade social corporativa.
- A diferença conceitual verificada, no caso das dimensões econômica e legal preconizadas por Carroll (1979,1991) em relação aos demais, pode ser também considerada como uma equivalência existente dentro do próprio modelo em que são inseridas.
- A ética nas relações institucionais é a base primordial da legitimidade das ações sociais, sendo fator condicionador da orientação para a RSC.

De um modo geral, pode-se também concluir que as estruturas dos modelos são construídas basicamente nas sobre os pilares das dimensões da responsabilidade social e dos níveis, ou estágios de desenvolvimento necessários para a obtenção da plena atividade social, próximos do entendimento preconizado por Dienhart (2000).

Ao se analisar o modelo proposto neste estudo, pode-se observar que sua estrutura contempla itens comuns aos demais modelos existentes, em função basicamente de se tratar de uma integração dos mesmos. Entretanto, o conceito empregado em sua construção aborda de forma singular determinados aspectos, apresentando como principais semelhanças em relação aos demais a composição de sua estrutura com três dimensões e estágios. Ressalta-se da mesma forma que as principais diferenças do modelo proposto residem na constituição de uma dimensão institucional, a qual sedimentada no modelo de Wood (1991) ratifica a importância mediadora que as ações de responsabilidade social desempenham na sociedade e no entendimento quanto à configuração integrada das dimensões econômica e ética.

Considerando-se a visão de que os modelos conceituais atuam com a mesma perspectiva estrutural formatada, visando além de traduzir os padrões dimensionais da responsabilidade social a serem analisados e implantados pelas organizações, condicionar sua forma de atuação perante a sociedade em função da necessidade de legitimação de suas ações perante a mesma, pode se afirmar que tal fato contribui negativamente ao cenário sócio-econômico, haja vista que enrijece o referencial atual de entendimento acerca do tema, bem como inibe a formação de novas possibilidades conceituais.

Com isso, a construção de um novo modelo conceitual da RSC, a partir da integração dos principais já existentes, passa pela busca por uma relação mais igualitária e comprometida entre empresa e sociedade, de acordo com o preconizado por Wartick e Cochran (1985), onde

a prioridade dos interesses empresariais deve ser pautada pelas demandas sociais existentes. A relação entre as organizações e a sociedade então, embora se estabeleça a partir dos fundamentos individuais institucionalizados, deve ser convergir no entendimento de que a ética é o principal parâmetro mediador dessa co-existência, sendo esta o verdadeiro sentido e objetivo da cidadania.

Concluindo a partir desse entendimento, a relação respeitosa entre empresas e sociedade, imposta incondicionalmente pelos pressupostos da ética, deve substituir definitivamente os projetos e artifícios assistencialistas promovidos pelas empresas, bem como o posicionamento inferiorizado por parte da sociedade, por ações que produzam dignidade e progresso no cenário social. Essas ações então, devem aqui ser entendidas como um dos verdadeiros e preciosos objetos transformadores da sociedade, sendo o modelo proposto no estudo uma ferramenta de apoio e condução do processo de legitimidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALIGLERI, L.; ALIGLERI, L.; SOUZA, M.; SCHMITT, A.; ALMEIDA, L. **A Responsabilidade Social na Gerência de Produção: percepções, políticas e perspectivas na indústria de alimentos da região de Londrina.** Anais do XXVII Encontro da ANPAD, Atibaia/SP: ANPAD, 2003.

ALVESSON, M. **Organization: from substance to image.** Organization Studies, v. 11, n.3 p.373-394, 1990.

ASHLEY, P.; COUTINHO, R.; TOMEI, P. **Responsabilidade Social Corporativa e Cidadania Empresarial: uma análise conceitual comparativa.** Anais do XXIV Encontro da ANPAD, Florianópolis/SC: ANPAD, 2000.

ASHLEY, P.; MACEDO-SOARES, T. **Um Modelo Conceitual para à Incorporação da Responsabilidade Social à Governança das Relações Negócio-Sociedade.** Anais do XXV Encontro da ANPAD, Campinas/SP: ANPAD, 2001.

CAMARGO, R.; CARNEIRO, M. **Microcrédito: opção de investimento em responsabilidade social para Multinacionais.** Anais do III Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD, São Paulo/SP, ENEO, 2004.

CARROLL, A. **A three-dimensional conceptual model of corporate performance.** Academy of Management Review, v. 4, p. 497-505, 1979.

_____. **The Pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders.** Business Horizons, v. 34, n. 4, p. 39-48, 1991.

_____. **Social issues in management research.** Business and Society, v. 33, n. 1, p. 5- 29., 1994.

_____. **Corporate social responsibility.** Business and Society, v. 8, n.3, p. 268-295, 1999.

CHAUÍ, M. **Convite à Filosofia.** São Paulo: Editora Ática, 1999.

CHERQUES-THIRY H. **Responsabilidade Moral e Identidade Empresarial.** Revista de Administração Contemporânea, Edição Especial, p.31-50, 2003.

COOPER, D.; SCHINDLER, P. **Métodos de pesquisa em administração**. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.

COSTA, A.; CARVALHO, J. **Legitimando Papéis ou Conciliando Interesses? A reprodução discursiva da Responsabilidade Social Empresarial**. Anais do XXIX Encontro da ANPAD, Brasília/DF: ANPAD, 2005.

COUTINHO, R.; MACEDO-SOARES, T. **Gestão Estratégica com Responsabilidade Social: arcabouço analítico para auxiliar sua implementação em empresas no Brasil**. Revista de Administração Contemporânea, v. 6, n. 3, set./dez., p. 75-96, 2003.

DAFT, R. **Administração**. 4 ed, Rio de Janeiro: LTC, 1999.

DE GEORGE, R. **The status of business ethics: past and future**. Journal of Business Ethics, vol. 6, p. 201-212, 1987.

DE LUCA, M. **Demonstração do valor adicionado: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB**. São Paulo: Atlas, 1998.

DIENHART, J. **Business, Institutions and Ethics**. New York: Oxford University Press, 2000.

DONALDSON, t.; DUNFEE, T. **Towards a unified conception of business ethics: Integrative social contracts theory**. Academy of Management Review, v.19, p. 252-284, 1994.

ENDERLE, G.; TAVIS, L. **A Balanced Concept of the Firm and Measurement of its long-term Planning and Performance**. Journal of Business Ethics, v.17, n.11, p. 1129-1144, 1998.

ENRIQUEZ, E. **Os desafios éticos nas organizações modernas**. Revista de Administração de Empresas, São Paulo: v.37, n.2, p. 6-17, 1997.

FREDERICK, W. **From CSR1 to CSR2**. Business and Society, v.33, n.2, p. 150-64, 1994.

_____. **Moving to CSR4: What to pack for the trip**. Business and Society, v. 37, n. 1, p. 40-59, 1998.

FREEMAN, R. **Strategic Management: a stakeholder approach** Boston: Pitman, 1984.

FRENCH, P. **Corporate moral agency**. In: HOFFMAN, W. M. e FREDERIK, R. E. Business Ethics: readings and cases in corporate morality, 3 ed., New York: MacGraw-Hill, 1995.

FRIEDMAN, M. **Capitalism and Freedom** Chicago: University of Chicago Press, 1962.

_____. **The social responsibility of business is to increase its profits**. New York Times Magazine, September, 1970.

GALUCHI, C.; TADEUCCI, M. **Responsabilidade Social Empresarial (RSE): a atuação grandes empresas do Vale do Paraíba**. Anais do XXIX Encontro da ANPAD. Brasília/DF: ANPAD, 2005.

GENDRON, C. **Le questionnement éthique et social de l'entreprise dans la littérature managériale**. Cahiers du Crises, n. 4, 2000.

GLASER, B.; STRAUSS, A. **The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research**. New York: Aldine de Gruyter, p. 271, 1967.

HARDY, C.; CLEGG, S. **Alguns Ousam Chamá-lo de Poder**. In: CLEGG,S; HARDY, C.:NORD, W; CALDAS, M; FACHIN, R; FISCHER, T. (Orgs.) Handbook de Estudos Organizacionais, São Paulo: Atlas, v.2, 2001.

HAWKINS, D.; COSTA, S. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: uma pesquisa exploratória no setor supermercadista de médio porte de Fortaleza**. Anais do XXVI Encontro da ANPAD, Salvador/BA: ANPAD, 2002.

JACK, M. **Theory building trough conceptual methods**. International Journal of Operations & Production, vol. 13, n. 5, p. 3-9, 1993.

JONES, M. **Missing the forest for the trees: A critique of the Social Responsibility concept and discourse**. Business and Society, v. 35, n. 1, p. 7-41, 1996.

KANG, y. **Before-profit CSR, stakeholder capitalism and just enterprise system**. PhD Thesis, University of Pittsburgh, 1995.

KAPLAN, A. **The conduct on inquiry**. New York: Harper & Row, 1964.

KOHLBERG, L. **Moral Stages and moralization: the cognitive-developmental approach** Moral Development and Behavior: Theory, research and social issues, New York: Holt, Rinhehart and Wiston, 1976.

KREITLON, M. **A Ética nas Relações entre Empresas e Sociedade: fundamentos teóricos da Responsabilidade Social Empresarial**. Anais do XXVIII Encontro da ANPAD. Curitiba/PR: ANPAD, 2004.

LECOURS, P. **L'éthique des affaires comme problématique sociale : une analyse sociologique**. Ethica, vol. 7, p. 59-80, 1995.

LEVITT, T. **The dangers of Social Responsibility**. Harvard Business Review. p. 41-50, 1958.

LIMA, E. **Métodos Qualitativos em Administração:teorizando a partir de dados sobre processos em uma recente pesquisa** Anais do XXVIII Encontro da ANPAD. Curitiba/PR: ANPAD, 2004.

MACHADO, J. **Perfis de Morbi-Mortalidade Infantil no Estado de São Paulo, 1994: uma Aplicação de Grade of Membership à Análise de Causas Múltiplas de Morte**. (Dissertação de Mestrado). Belo Horizonte: CEDEPLAR/UFMG, 1997.

MAIGNAN, I; FERRELL, O. **Measuring Corporate Citizenship in two Countries: The Case of the United States and France**. Journal of Business Ethics, v. 23. n. 3. p. 283- 297, 2000.

Consumer's Perception of Corporate Social Responsibilities: A Cross-Cultural Comparison. *Journal of Business Ethics*, v.30, n.1, p. 57-72, 2001.

MAKOWER, J. **Business for Social Responsibility: Beyond the Bottom Line – Putting Social Responsibility to Work for your Business and the World.** New York: SIMON & SCHUSTER, 1994.

MALHOTRA, N. **Pesquisa em marketing: uma orientação aplicada.** 3. ed., Porto Alegre: Bookman, 2001.

MELO NETO, F.; FROES, C. **Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: O Caso Brasileiro.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

MERTON, R. **On theoretical sociology.** New York: Free Press. 1967.

MICKLETHWAIT, J.; WOOLDRIDGE, A. **Um Futuro Perfeito.** Rio de Janeiro: Campus, 2001.

MITNICK, B. **Systematics and CSR: The theory and processes of normative referencing.** *Business and Society*, v.34, n. 2, p. 5-33, apr. 1995.

NORTH, D. **Custos de Transação, Instituições e Desempenho Econômico.** São Paulo: Instituto Liberal, p. 38, 1994.

OLIVEIRA, B.; GOUVÊA, M.; GUAGLIARDI, J. **A Influência da Responsabilidade Social nas Decisões de Compra de Produtos de Conveniência.** Anais do XXVIII Encontro da ANPAD, Curitiba/PR: ANPAD, 2004.

PAIVA, K. **Ética e Responsabilidade Social: repensando práticas de gestão em siderúrgicas, mineradoras e metalúrgicas mineiras.** Anais do III Encontro de Estudos Organizacionais da ANPAD, São Paulo/SP, ENEO, 2004.

PENA, R. **Responsabilidade Social da Empresa e Business Ethics: uma relação necessária?** Anais do XXVII Encontro da ANPAD, Atibaia/SP: ANPAD, 2003.

PEREIRA, D.; PINTO, M. **Perfis das Empresas Varejistas Quanto à Adoção de Práticas de Responsabilidade Social.** *Revista de Administração Universidade de São Paulo*, v. 39, n.2, abril/maio/junho, p.153-163, 2004.

PFEFFER, J.; SALANCIK, G. **The external control of organizations: A Resource Dependence Perspective.** New York: Harpes & Row, 1978.

PINHEIRO MACHADO, C.; ZYLBERSZTJAN, D. **A Empresa Socialmente Responsável: o debate e as implicações.** *Revista de Administração Universidade de São Paulo*, v. 39, n.3, julho/agosto/setembro, p.242-254, 2004.

PINHEIRO MACHADO, C. **Responsabilidade Social Corporativa e a criação de valor para as organizações: um estudo multicase.** (Tese de Doutorado). São Paulo: Universidade de São Paulo (USP), 2002.

PINTO, M.; PEREIRA, D.; LARA, J. **Caracterização de Perfis de Empresas Quanto a Adoção de Práticas de Responsabilidade Social**. Anais do XXVIII Encontro da ANPAD, Curitiba/PR: ANPAD, 2004.

PORTER, M.; KRAMER, M. **A vantagem competitiva da filantropia corporativa**. Harvard Business Review, 2002.

QUAZI, A.; O'BRIEN, D. **An empirical Test of a Cross-National Model of Corporate Social Responsibility**. Journal of Business Ethics, Netherlands: Kluwer Academic Publishers v. 25, p. 33-51, 2000.

SAWYER, D; FÍGOLI, M.; RODRIGUES, R.; GARCIA, R. **Caracterização dos Tipos de Doadores de Sangue em Belo Horizonte: Heterogeneidade do Homogêneo**. Anais do XXII Encontro de Estudos Populacionais, Caxambu/MG: ABEP, 2000.

SAWYER, D; LEITE, I.; GARCIA, R. **Perfis de Utilização de Serviços de Saúde no Brasil**. Ciência & Saúde Coletiva, v.7, ed.4, pág. 757-76. 2002.

SCHROEDER, J.; SCHROEDER, I. **Responsabilidade Social Corporativa: Limites e Possibilidades**. RAE- eletrônica, São Paulo; v.3, n.1. Disponível em:<<http://www.era.com.br/eletronica>>. Acesso em 26 de agosto de 2005.

SELZNICK, P. **The moral commonwealth: Social Theory and the Promise of Community**. Berkley, University of Califórnia Press, 1992.

SIEGEL, D.; MCWILLIAMS, A. **Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective**. Academy of Management Re view, Mississippi State, 2001.

SROUR, R. **Ética Empresarial: posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

SUTTON, R.; STAW, B. **What is not theory**. Administrative Science Quarterly, vol. 40, n. 3, p. 371-384, 1995.

SWANSON, D. **Addressing a theoretical problem by reorienting the corporate social performance model**. Academy of Management Review, v. 20, n. 1, p. 43-64, 1995.

TESCH, R. (1990). **Types of Qualitative Analysis**. Qualitative Research, Analysis Types and Software Tools. New York: The Falmer Press.

WARTICK, S.; COCHRAN, P. **The evolution of corporate social performance model**. Academy of Management Review, v. 10, n. 4, p-758-769, 1985.

WEBER, M. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. 2 ed. São Paulo: Pioneira, 2001.

WHETTEN, D. **What constitutes a theoretical contribution?** Academy of Management Review, vol. 14, p. 490-495, 1989.

WOOD, D. **Corporate social performance revisited**. Academy of Management Review, vol. 16, n. 4, p. 691-718, 1991.

ZADEK, S. The Civil Corporation: The new economy of corporate citizenship. United Kingdom, Earthscan, 2001.

APÊNDICE A – PESQUISA DO REFERENCIAL TEÓRICO

QUADRO RESUMO DA PESQUISA				
PERIÓDICOS				
Visão Geral				
Ranking	Temas	Objetivos	Conclusões	Tendências
1	Cidadania organizacional	Discutir motivação e formas	Mudanças na gestão/percepções	GC x RS
2	RS x GC	Apresentar novo conceito	Base para sustentabilidade	Relações intersetoriais
3	Voluntariado empresarial	Descobrir os programas e benefícios	Relação direta das empresas	Definição de estágios da RS
ENANPAD				
Visão Geral				
Ranking	Temas	Objetivos	Conclusões	Tendências
1	RS x Marketing	Percepção do consumidor	Baixa influência de RS x MKT	Definição de estágios da RS
2	Dimensões da RS	Classificar as efetividade das ações	Parâmetros atuais incompletos	Responsabilidade fiscal/legal
3	RS x Ética	Discutir a base da RS	Várias correntes em expansão	Relações intersetoriais

PESQUISA REFERENCIAL TEÓRICO - PERIÓDICOS						
Revista de Administração Contemporânea (RAC)						
Edição	Autor	Título	Objetivos	Palavras-Chave	Metodologia	Conclusões
Vol.6, n.2,2002	Decio Zylbersztajn	Organização ética: um ensaio sobre comportamento e estrutura das org.	Discutir a ética sob a ótica da nova economia institucional e a importância da RS.	ética, Stakeholder x Stockholder, contribuições de Williamson, Simon, Coase e North; Mecanismos de controle.	Análise teórica de temas relacionados (palavra-chave).	Comportamento ético é valor da sociedade moderna, porém todos cometem desvios (indivíduos, organizações, estados)/investigar as relações éticas da sociedade e implantar estudo da ética na formação de administradores.
Vol.6, n.3,2002	Renata Coutinho; Diana Soares	Gestão Estratégica com RS: arcabouço analítico p/ auxiliar implementação em empresas no BR	Fornecer subsídios para ao desenvolvimento e implementação de estratégias de negócios voltadas para a RS.	RS e desempenho da empresa, RS no Brasil, Arcabouço Davenport, adequação estratégica.	Análise teórica de temas relacionados (palavra-chave) com aplicação a caso específico.	RS no Brasil não é alinhada à estratégia global/ RS deve ser alinhada com estratégia global/ questões para discussão futuras.
Vol.7, edesp.2003	Herrnaro Roberto Thiry-Cherques	Responsabilidade moral e identidade empresarial	Indicar as formas, os propósitos e entraves da RSE.	ética, Resp. Moral, Accountability, Regulação legal, limites e áreas da RS.	Análise teórica de temas relacionados (palavra-chave).	RS é dever de todos na sociedade/retribuição à sociedade/resp. moral, regulação legal e accountability devem se completar/.
Vol.7, edesp.2003	Milene Maria Siqueira	Proposição e análise de modelo para comportamentos de cidadania organizacional	Estabelecer um modelo teórico que demonstre a relação entre os fatores psicossociais que emergem no ambiente de trabalho e antecedem a cidadania organizacional.	percepção interna da organização, tipos de cidadania organizacional.	Pesquisa por meio de questionário com 520 trabalhadores de MG.	Os elos afetivos com o trabalho (satisfação e envolvimento) e com a organização (comprometimento afetivo) são antecedentes da cidadania organizacional.

Revista de Administração de Empresas (RAE)						
Edição	Autor	Título	Objetivos	Palavras-Chave	Metodologia	Conclusões
Vol.41, N.4., 2001	Lauro Eduardo Soutello Alves	Governança e cidadania empresarial	Traçar a evolução da RS e a relação com a GC, identificando os conceitos que demonstram a empresa cidadã e a oportunista.	GC, comportamento responsável, governabilidade, implicação da universalização de políticas econômicas e sociais.	Análise teórica de temas relacionados (palavra-chave)	Se a GC e RS evoluem licitamente = riqueza + valor social sustentável/ tendência dos países emergentes seguirem os padrões de GC e RS dos desenvolvidos/ desafio: mudança dos padrões, métodos de gestão, códigos de conduta e mecanismos de controle
Vol.42, N.1, 2002	Arménio Rego	Climas éticos e comportamentos de cid. Organiz.	Análise da relação entre 4 climas éticos e 5 CCOs.	macrodimensões de CCO, tipos de climas éticos, antecedentes dos CCOs.	Pesquisa qualitativa com 269 subordinados/superiores de 37 empresas portuguesas.	As pessoas tratam os CCO quanto percebem clima de auto-interesse/ idem com clima leis-códigos/ mulheres e homens reagem distintamente ao clima lucros/necessidade de se desenvolverem pesquisas que testem a existência de variáveis moderadas nas relações climas.CCO
Academy of Management Review						
Edição	Autor	Título	Objetivos	Palavras-Chave	Metodologia	Conclusões
2001, Vol. 26 Issue 1	McWilliams, Abagail	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: A THEORY OF THE FIRM PERSPECTIVE.	Propor uma metodologia para identificação do nível de investimento a ser feito em RS pela org	custo-benefício da RS, propaganda x RS, contabilização/custos RS.	Análise teórica de temas relacionados (palavra-chave)	Há um nível "ideal" de CSR, que gerentes podem determinar via análise de custo-benefício, e isso há um relacionamento neutro entre CSR e desempenho financeiro.
2005, Vol. 30 Issue 1	Matten, Dirk	CORPORATE CITIZENSHIP: TOWARD AN EXTENDED THEORETICAL CONCEPTUALIZATION	Examinar o conteúdo de entendimentos contemporâneos de cidadania corporativa e propor um novo conceito do tema.	direitos civis e políticos, cidadania liberal x estado x globalização.	Análise teórica de temas relacionados (palavra-chave)	A cidadania organizacional baseia-se pela administração dos direitos básicos do cidadão (social, civil, político), os quais são garantidos pelo governo.

Revista de Administração da Universidade de São Paulo (RAUSP)						
Edição	Autor	Título	Objetivos	Palavras-Chave	Metodologia	Conclusões
Vol.35, n.2, 2001	André Torres Urdan	Os consumidores recompensam o comportamento ético?	Identificar se no Brasil vale a pena as empresas terem um comportamento ético.	ética, marketing, recompensa sobre comportamento ético.	Análise teórica e pesquisa empírica com 325 pessoas de BH.	Pesquisa - não recompensado propensão em recompensar/desafio, demonstrar ao consumidor necessidade do equilíbrio nas relações de troca, melhorar o índice de ética no Brasil e construir por meio do marketing a visão mercadológica sobre o consumidor ético.
Vol.35, n.3, 2001	Rosa Maria Fischer, André Pablo Falconer	Networks, terceiro setor e desenvolvimento social: a constituição de uma banca interativa de projetos sociais na Amazônia legal	Descrever a modelagem e implantação do Banco Interativo de Projetos Sociais da Amazônia (BIPSAM).	redes interorganizacionais, organizações da sociedade civil, terceiro setor, desenvolvimento social sustentado.	Estudo de caso (BIPSAM).	Os valores intangíveis gerados pelo funcionamento do BIPSAM se tornarão resultados concretos quando as pessoas/entidades participantes entenderem os benefícios da informação/comunicação.
Vol.36, n.3, 2001	Rosa Maria Fischer, André Pablo Falconer	Voluntariado empresarial – estratégias de empresas no Brasil	Identificar o motivo pelo qual as organizações brasileiras investem em programas sociais e desenvolvem programas de voluntariado.	trabalho voluntário, ação social das empresas, estratégia x voluntariado.	Pesquisa qualitativa com 22 programas desenvolvidos por empresas e quantitativa com 273 empresas de grande porte (300 questionários).	As empresas fazem mais do que se imagina/empresas maiores estão mais envolvidas/entidades públicas e privadas com maneira própria de atuar/ indústria e comércio com perfil distinto de investimento/voluntariado como ferramenta de gestão.
Vol.36, n.3, 2001	Angela Beatriz Busato Scheffer Garay	Programa de voluntariado empresarial: modismo ou elemento estratégico para as organizações	Aprofundar os estudos sobre voluntariado empresarial.	trabalho voluntário, programa de voluntariado, política de RH.	Análise teórica de temas relacionados (palavra-chave)	A representação que o indivíduo faz de cada trabalho voluntário é influenciada pelos valores e práticas da organização e pelo que este busca na empresa e vida privada.
Vol.37, n.2, 2002	Amémio Rego	Justiça e cidadania nas organizações - o papel moderador das preferências éticas	Identificar a reação dos indivíduos em relação as práticas de justiça de suas organizações.	dimensões de CCO, clima éticos, percepção do indivíduo.	Pesquisa qualitativa com 269 subordinados/superiores de 37 empresas portuguesas	As pessoas não são apenas sensíveis à justiça dos resultados mas também a das interações com superiores/ as pessoas não reagem às percepções de justiça de modo homogêneo.
Vol.38, n.1, 2003	Flemmy Aparicínio Alves	Dimensões da responsabilidade social da empresa: uma abordagem desnormada a partir da visão de Bowen	Analisar as 5 dimensões da RS por meio da visão de Liwonen.	Dimensões: capitalista, econômica, gestão profissional, institucional e valores morais.	Comparativo teórico das dimensões.	As dimensões interagem entre si, forçando diálogo necessário entre suas divergências para a evolução social.
Vol.38, n.2, 2004	Daniela R. de Miranda Pereira e Marcelo de R. Pinto	Perfil de empresas unicelulares quanto à adoção de práticas de responsabilidade social	Identificar os perfis e estágios de RS das empresas.	perfis, estágios, dimensões, Morgan e Ferral, modelo Carroll dados analisados por GOM.	Pesquisa qualitativa com 208 empresas de BH: modelo Carroll e análise de dados GOM.	Sugestão de se incluir stakeholders como avaliadores/ analisar perfis considerando porte, número de func., tempo de atuação/ utilização outras escalas e estudo longitudinal (tempo).
Vol.39, n.3, 2004	Claudio Antonio P. Machado Filho e Ercio Zyberstzajn	A empresa socialmente responsável: o debate e as implicações	Avaliar as visões stakeholders x stockholders	Ética, governança corporativa, Teoria da Agência, Economia Custos Transação	Comparativo teórico e Estudo de Caso (Orsa)	Preocupação das organizações com pensamento consumidor e embora as teorias sejam divergentes podem se convergir na prática
Vol.39, n.4, 2004	Luciana R. de Mendonça e Claudio Antonio P. M. Filho	Governança nas organizações do terceiro setor: considerações teóricas	Análise teórica de aplicação dos conceitos de governança corporativa em OTS.	Governança Corporativa, OTS, teoria da agência, OTS.	Contextualização utilizando-se a Teoria da Agência.	Necessidade de aprofundamento do estudo de CC em OTS visando melhorar a gestão; Sugestões de pesquisas: RPI para gestores, sistema de remuneração, perfil, motivação de profissionais e estrutura das OTS.

PESQUISA REFERENCIAL TEÓRICO - EnAnpad							
EnAnpad 2000	Referência	Autor	Título	Objetivos	Palavras-Chave	Metodologia	Conclusões
	MK-678	Patrícia Mendonça e Paula Chies Schrommer	O Marketing e sua relação com o Social: dimensões conceituais e estratégicas e o caso de duas organizações em interação	Apresentar definições conceituais sobre alguns dos tópicos terminológicos de marketing.	marketing social, marketing relacionado a uma causa, marketing societal e marketing comunitário.	Análise técnica (palavras-chave) e estudo de caso APAE-Salvador/Extra Hipermercados.	Os termos representam noções diferentes e, muitas vezes, contraditórias.
	MK-1100	Síleia Cristina Hoff Correa e Armando Leite Ferreira	RS: ASPECTOS MENOS VISÍVEIS DE UM CASO DE SUCESSO	Demonstrar como um projeto de RS pode contribuir para a consecução dos objetivos de marketing corporativos.	Campanha de reciclagem, implementação pedagógica.	Estudo de Caso - Reynolds Latasa.	A empresa facilitou a sua entrada no país/ os projetos sociais constituem um poderoso instrumento para a valorização da imagem corporativa,
	ORG-661	Patrícia A. Ashley, Renata R. G. Coutinho e Patrícia A. Tomei	RSC E CIDADANIA EMPRESARIAL: UMA ANÁLISE CONCEITUAL COMPARATIVA	Identificar semelhanças e divergências nas diferentes abordagens do tema, de forma a contribuir para o seu tratamento teórico e aplicação prática.	Evolução histórica RS e CE, Matriz conceitual, Quadro Conceitual (autores).	Análise comparativa teórica RS x CE.	RSC = conceito interdisciplinar e multidimensional/ RS e CE apresentam-se em processo de maturação de diversas tendências de abordagem.
	ORG-667	Paula Chies Schrommer	Investimento social das empresas: cooperação organizacional num espaço compartilhado	Identificar características de estruturas organizacionais através das quais empresas investem sistematicamente em ações voltadas para a comunidade no Brasil.	Relações Interorganizacionais, Rede GIFE, IS.	Pesquisa exploratória e comparativo com base em 20 empresas Rede GIFE.	Os modelos de atuação nessa área no Brasil caracterizam-se pela heterogeneidade e hibridismo e estão em transformação.
EnAnpad 2001	Referência	Autor	Título	Objetivos	Palavras-Chave	Metodologia	Conclusões
	CCO-252	César Augusto Tiburcio Silva e Fátima de Souza Freire	Balanco Social Abrangente: Um Novo Instrumento para a RS das Empresas	Apresentar um estudo sobre o Balanço Social Abrangente.	BSI, BSA.	Análise comparativa teórica BSI x BSA.	BSA é um interessante instrumento para a empresa que deseja aprofundar o relacionamento com seus agentes econômicos.
	COR-753	Lilian Maria Aligieri e Donilson Doninelli	Responsabilidade Social nas Grandes Empresas da Região de Londrina	Identificar o nível de envolvimento das empresas e do Londrina/PR com RS.	Percepção empresarial, formas de RS.	Pesquisa exploratória quantitativa com 26 empresas.	A maior parte das informações levantadas para Londrina e região assemelha-se aos resultados obtidos na pesquisa do IPEA.
	TEO-165	Patrícia Almeida Achley e T. Diana L. V. A. de Macedo-Souares	Um Modelo Conceitual para a Incorporação da RS à Governança das Relações Negócio-Sociedade	Apresentar um modelo conceitual com quatro dimensões básicas para as relações negócio-sociedade.	Governança, comunicação, conhecimento.	Análise técnica.	O modelo conceitual apresentado já pode ser esclarecedor para os envolvidos nos processos decisórios de empresas.

Enanpad 2002						
Referência	Autor	Título	Objetivos	Palavras-Chave	Metodologia	Conclusões
CAB-1763	Maria Priscilla Kreilton	A RS como Dimensão Fundamental do Planejamento Estratégico Corporativo: o caso da Petrobras	Apresentar e discutir a adoção da RSE como um dos três eixos fundamentais do Plano Estratégico 2002/2006 da Petrobras.	Plano Estratégico, Visão, Missão.	Mesa-Redonda, Estudo de Caso Petrobras.	O reconhecimento das forças que pressionam as empresas é de importância estratégica fundamental, devendo orientar os princípios, políticas e processos organizacionais.
COR-367	Maria Ivete Trevisan Fossá, Paola Madrid Sartoretto	RSE e Comprometimento Organizacional: Uma Relação Possível?	Analisar as relações entre o voluntariado e o comprometimento organizacional.	Comprometimento, trabalho voluntário.	Estudo de caso com 47 funcionários da C&A (POA).	O voluntariado empresarial não é determinante para conseguir admiração, credibilidade e satisfação dos funcionários.
COR-442	Marcia Regina Ferreira, Claudia Souza Passador	Apontamentos sobre Ação Social nas Médias e Grandes Empresas de Maringá: RS?	Identificar a concepção dos dirigentes de empresas de pequeno, médio e grande porte de Maringá sobre RS.	Formas de RS, motivos para RS.	Pesquisa exploratória com 34 empresas de Maringá/PR.	A maioria das ações sociais realizadas é em prol do público interno/ as ações ao público externo têm perfil assistencialista.
ESO-1045	Adriana Leite Costa Silva Machado, Allene Carvalho Lage	Responsabilidade Social: Uma Abordagem para o Desenvolvimento Social. O caso CVRD	Mostrar uma experiência de atuação empresarial e alguns tipos de projetos possíveis de serem implantados em comunidades carentes.	Setores da sociedade, BS, Marketing Institucional, estratégia.	Estudo de caso CVRD.	As ações de RS contribuem de maneira positiva para melhorar as condições sociais apesar de serem incentivadas pela redução de impostos e de estratégias de marketing institucional.
ESO-1834	Denise Pires Basto Costa Hawkins, Silvia Pires Basto Costa	RS e CE: uma Pesquisa Exploratória no Setor Supermercado de Médio Porte de Fortaleza.	Responder a pergunta: para quais grupos de stakeholders as empresas supermercadistas de médio porte de Fortaleza desenvolvem suas ações?	Stakeholders, Valores, Transparência.	Pesquisa exploratória com 10 empresas filiadas à ACESU.	As empresas iniciam a RS abrindo diálogo com seus stakeholders e têm estabelecido um diálogo mais forte com seu público interno e clientes.
GRT-1671	Patricia Werlang	O papel do gestor de recursos humanos na construção da responsabilidade social empresarial	Investigar o papel dos gestores de rh, tendo como pano de fundo a RS.	Gestão de RH.	Pesquisa exploratória com 7 gestores da área de RH.	Os gestores de RH são partes ativas da gestão da RS, desempenhando a função a partir de uma visão do conjunto.
TEO-1208	Deborah Moraes Zouain, Fernanda Filgueiras Sauerbrom	Desenvolvimento da Dimensão Comunitária da RSE: um estudo de caso sobre a LIGHT e suas contribuições para o desenvolvimento humano sustentável, a inclusão social e a cidadania.	Identificar as contribuições das empresas para a superação dos problemas da sociedade.	Cidadania, inclusão social, desenvolvimento humano sustentável.	Estudo de caso Light.	Comunicações mangueiras para as comunidades e a própria empresa ampliação do papel das organizações, necessidade de estruturação organizacional; evolução do conceito de desenvolvimento humano sustentável; processo de valorização da cidadania para inclusão social.

Enquadramento 2003						
Referência	Autor	Título	Objetivos	Palavras-Chave	Metodologia	Conclusões
EPA-2166	Washington José de Souza, Virginia Convelho, André Moura Xavier	Mercado, Ética e Responsabilidade Social na Formação dos Profissionais de ADM e C. Contábeis: uma análise teórico-comparativa sob a ótica das Diretrizes Curriculares Nacionais	Comparar as Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de Adm. e de C. Contábeis, focando os conteúdos curriculares, o perfil e as habilidades requeridas, com base na concepção de racionalidade e de ética.	Competências e habilidades, conteúdos curriculares, mercado, ética.	Análise comparativa-teórica (palavras-chave).	As universidades estão orientadas para a capacitação técnica e tomada de decisão e ações reforçando valores de mercado/ A ética não se apresenta como eixo norteador/ A formação aparece diante de uma possível separação entre o mundo do trabalho e o mundo da vida.
GSA-726	Elvira Crivinel Ferreira Ventura	Responsabilidade Social das Empresas: sob a ótica do "Novo Espírito do Capitalismo".	Discutir a responsabilidade social das empresas sob a ótica do livro "O Novo Espírito do Capitalismo".	Weber, normatividade, capitalismo.	Análise teórica com base no livro "O novo espírito do capitalismo".	O movimento pela RSE não seria fruto simplesmente de uma mudança desejada pela sociedade, mas também um deslocamento do capitalismo visando combater a crítica as empresas passarem a agir, de acordo com as novas provas instituídas.
GSA-1104	Lilian Aligieri, Luiz Antonio Aligieri, Maria José Barbosa de Souza, Alexandre Alcântara Schmitt, Luana Machado de Almeida	A Responsabilidade Social na Gerência de Produção: percepções, políticas e perspectivas na indústria de alimentos da região de Londrina.	Analisar a atuação da GP no que concerne à RS, em indústrias alimentícias da região de Londrina.	Percepções dos gerentes, políticas de GP.	Pesquisa exploratória com gerentes de produção de 16 empresas.	Baixo grau de conhecimento dos entrevistados sobre RS, baixa integração das políticas de RS entre os integrantes da cadeia produtiva e a existência de poucas ações p/ reduzir os impactos ambientais.
GSA-1190	Roberto Patrus Mundim Pena	Responsabilidade Social da Empresa e Business Ethics: uma relação necessária?	Apresentar modelo teórico da Business Ethics, como referência para a compreensão do conceito de RS.	Business Ethics.	Análise teórica (palavras-chave).	A RS não esgota o modelo referencial da BE/ Uma empresa tida como socialmente responsável não significa que a empresa seja capaz de articular ética e negócios, segundo BE.
GSA-1264	Aletri Alves de Oliveira, Mano Luiza Mendes Teisoura	Recuperação de Crédito com Responsabilidade Social: Um Estudo nos Valores e Atitudes dos Gestores	Identificar os perfis dos executivos, quanto à predisposição para a recuperação de crédito com responsabilidade social.	Inadimplência, Crédito, Valores.	Pesquisa exploratória com 124 respondentes.	Resultados mostram indícios de associação em Valores Individuais Pessoais e Valores Individuais de Individualismo x Coletivismo como predisposição para aceitar a RGRS.
GSA-1364	Carlos Eduardo de Araújo Godara, Marie Agnes Chauval	Responsabilidade Social: um Estudo Exploratório Sobre o Processo de Decisão das Instituições Mantidas por Empresas	Investigar o processo e os critérios de decisão adotados por empresas que patrocinam projetos filantrópicos assistenciais	Programas sociais, processo decisório, conteúdo de programas sociais	Pesquisa exploratória com gestores de 5 empresas	As empresas dedicam mais atenção às linhas de atuação social da empresa do que ao conteúdo das ações apoiadas, cuja responsabilidade recai, geralmente, sobre um ou dois decisores.
GSA-1980	Cristina Abranches Mota Batista	A prática de responsabilidade social e a inclusão da Pessoa Portadora de Deficiência	Realizar levantamento dos motivos alegados pelas empresas para efetivar, ou não, a contratação de pessoas portadoras de deficiência.	Globalização, Exclusão, Identificação de Pessoas Portadoras de Deficiência.	Entrevistas realizadas com trinta pessoas de oito empresas de BH/Contagem e questionário enviado a quarenta e duas empresas de Minas Gerais.	O mote da "RS" das empresas figura como um elemento discursivo central na justificação da contratação e da inclusão das PPD.
GSA-2159	Isabela Baleeiro Curado	Responsabilidade legal, responsabilidade social e compromisso social: uma questão de autoridade?	Explorar a questão da terminologia referente à atuação social das empresas.	Cobrança social, autoridade, responsabilidade legal.	Análise teórica (palavras-chave).	A atuação social voltada à responsabilidade e ao compromisso social ainda é incipiente no Brasil, ainda muito pautado por uma atuação filantrópica.
MKT-2112	Valdete de Oliveira Mithi	Percepção do Consumidor Sobre Ações Corporativas Vinculadas ao Conceito de Responsabilidade Social: Um Estudo no Setor de Cosméticos.	Averiguar a percepção dos consumidores acerca de práticas socialmente responsáveis e investigar a importância destas na diferenciação da marca no setor de cosméticos.	Percepções dos consumidores.	Pesquisa exploratória com alunos da UFPR.	Os consumidores diferenciam determinadas marcas em relação aos atributos vinculados a RS, mas nem sempre conseguem distinguir com clareza a natureza dos projetos desenvolvidos.

Referência	autor	Título	Objetivos	Palavras-Chave	Metodologia	Conclusões
EP2-1182	Luana Gansp, Claudia Bassoli	A RSE na Grapagem em Administração na região Sudeste do Paraná: abordagem corporativa ou demanda atendida?	Analisar as concepções de RSE dos cursos de graduação em Administração do Sudeste do Paraná.	Caracterização dos cursos, o país, a universidade, 4 instituições de ensino.	Pesquisas exploratórias com 4 instituições de ensino.	Os cursos apresentaram grande mistura de conceitos, sendo alguns críticos e outros normativos.
EP2-191F	Fernando Cardoni, Carlos Campello, Alberto Mattos	A relação existente entre Responsabilidade Fiscal e RSE nos municípios paulistas	Procurar a relação entre RSE e RRS.	Federalismo brasileiro, pacto federativo.	Pesquisas exploratórias com 645 municípios de SP.	RF e RRS são características de âmbito municipal, porém, os municípios apresentam melhores resultados sociais com menores dispêndios.
ES2-0357	Marcelo Pinn, Danielle Pereira, José Lara	Caracterização de perfis de empresas quanto a adoção de práticas de RSE	Apresentar um delineamento dos perfis de empresas exploradas de BH quanto a prática de RSE.	Método Grade of Membership, delineamento	200 empresas varejistas de BH	A maioria das empresas apresentaram perfis médio e baixos, as empresas objetivaram praticar RSE para atingir seu enquadramento social.
ES2-0567	André Xavier, Washington Souza	RSE: Estudo teórico-empírico à luz dos Instrumentos Ethos	Aplicar o Projeto Pão, Educação e Arte sob os parâmetros Ethos	Base epistemológica da pesquisa, indicadores Ethos	Pesquisa exploratória com empresas participantes do projeto	A concepção e implantação de projeto social empresarial para a responsabilidade é suficiente para sustentar a responsabilidade
ES2-0883	Cláudia Walton, Eduardo Cruz	RSE e a precarização da Qualidade de vida no trabalho de uma empresa de Call Center	Verificar como o GVT se apresenta como indicador de RSE.	Modelo Walton, GVT	Estudo de caso com empresas de Call Center de Goiás.	Uma empresa responsável não se limita a atender os direitos do trabalhador, o quanto o GVT faz parte de um projeto maior - RSE
ES2-0883	Cláudia Walton, Eduardo Cruz	A importância da RSE na fidelização de clientes: uma investigação no mercado bancário	Identificar se a fidelização de clientes pode ser obtida pela prática de RSE.	Satisfação consumidor, Fidelização.	Pesquisa exploratória com 100 alunos de UFF.	As práticas de RSE não determinam fidelização de clientes.
ES2-2851	Maria Krettion	A ética nos negócios entre empresas e sociedade: Fundamentos teóricos da RSE	Apreender e discutir conceitos teóricos da RSE relacionados ética e empresas x sociedade.	Business Ethics, normativa, Business & Society, contratual, Social Issues Management - estratégica, evolução cronológica.	Análise comparativa teórica BE x B&S x SIM.	O debate RSE acaba servindo para evitar qualquer questionamento ético radical, pois debate ao nível organizacional e não institucional.
ES2-2769	Claudia Pinto, Cesar Machado	Investimentos espontâneos ou compulsórios: qual a diferença na RSE de organizações que adotam práticas de sustentabilidade e extremas?	Investigar se iniciativas da comunidade valorizam mais investimentos sociais e ecológicos espontâneos ou os exigidos por lei.	Investimentos ecologia, comunidade.	Pesquisa exploratória com 5 empresas e 25 líderes de Sul/SC.	Os investimentos espontâneos têm maior relevância junto a comunidade, as empresas se interessam mais em investimentos para promover sua imagem.
ES2-2946	Michele Coelho	Indicadores de Performance para Projetos Sociais: a perspectiva dos Stakeholders	Apresentar uma metodologia de avaliação de projetos sociais	Dimensões estratégicas, gestão social, instrumentos, indicadores.	Análise teórica e aplicação de modelo teste junto à Prefeitura de Contagem, Pastoral da Criança.	Necessidade de criação de indicadores que superem a importância de conceitos de gestão pública ou privada.
MKT-1663	Diáulo Oliveira, Eloisa Geronzi, Ivan Giugliani	A influência da RSE nas decisões do campo de profissões de contabilidade	Identificar a influência da RSE nas decisões de compra de profissões de contabilidade.	Consumidor, critérios de decisão, motivação da compra.	Pesquisa exploratória com 60 pós-graduados de universidade paulista.	Não adiante a empresa apoiar ações sociais sem divulgar/RS pouco influencia na decisão de compra/Ações sociais devem estar ligadas à marca devido proximidade com consumidores.
TEC-2216	Elisa D. Ventura, Inaciu Viero	Institucionalização da prática social: uma análise do RSE no campo financeiro do Brasil	Identificar o nível de institucionalização da RSE no setor bancário do Brasil.	Formação campo financeiro, Balanço Social.	Análise de dados do Banco Central do Brasil, FEBRABAN.	A medida que o BS ganha amplitude social vai se refinando para espelhar o que a sociedade requisitar. A institucionalização está em fase de sedimentação.

Referência	Autor	Título	Objetivos	Palavras-Chave	Metodologia	Conclusões
APS-A250	Maria Francisca Krefton	Responsabilidade Social das Empresas: Regulação pelo Estado ou pela Sociedade Civil?	Apresentar e discutir sobre a regulação da conduta empresarial.	Códigos de ética, sistemas regulatórios, ceticismo.	Análise teórica (palavras-chave).	Importância do governo atender não somente os interesses dos cidadãos, como também as necessidades básicas com maior comprometimento.
APS-C208	Elva Maria Carvajal, FRANCISCO DE ASSIS Breda	Responsabilidade Social: Entre o Assistencialismo e a Moderna Gestão Corporativa	Elaborar pesquisa bibliográfica e de campo para conhecer as ações sociais desenvolvidas pelas empresas de Franca/SP	Globalização, políticas sociais, projetos sociais.	Pesquisa exploratória com 10 empresas através de questionário (qualitativa).	Sem consenso sobre a RS/A RS da empresa é gerar lucro/Ações desenvolvidas são meramente filantrópicas.
APS-C252	Alessandra Mello da Costa, José Luis Felício Carvalho	Legitimando Papéis ou Conciliando Interesses? A Reprodução Discursiva da Responsabilidade Social Empresarial	Investigar nos discursos organizacionais vínculos capazes de evidenciar relações de poder entre as ações sociais desenvolvidas e o papel social do empresário.	Compromisso social, poder, legitimidade, discurso social.	Análise crítica de 38 discursos realizados por empresários.	Os discursos objetivam estabelecer relação de poder da empresa para a sociedade/Os comentários não são sempre claros/ Busca-se criar padrões de linguagem para explicar ações.
APS-C1271	Daniela Abrantes Ferrelia Serpa	Ética e Responsabilidade Social Corporativa: O Papel da Comunicação no Futuro com Futuros e Atuais Gestores de Empresas	Investigar e diferenciar entre a valorização que futuros e atuais gestores de empresas conferem ao papel da ética e da responsabilidade social na eficácia das empresas.	Ética, eficácia, processo de gestão.	Pesquisa exploratória qualitativa com 132 pessoas (atuais gestores) e 56 executivos (atuais gestores).	Futuros e atuais gestores diferem valorização da ética/Os atuais gestores percebem menos essa diferença.
APS-C1644	Osia Magalhães, Carlos Motta, Tullius S. Vicente Aguiar, Deiane Alves	(Re)Definindo e Sustentabilidade no âmbito do Gestão Social: Reflexões a partir de duas Fráticas Sociais	Analisar a possibilidade de utilização de ferramentas de gestão em qualquer tipo de organização.	Gestão social, sustentabilidade.	Estudo de caso com duas organizações do terceiro setor.	Necessidade de ampliação do conceito de sustentabilidade/terceiro setor deve criar suas ferramentas para analisar criticamente a viabilidade de projetos sociais.
APS-C1738	Claudia Souza Passador, Liliane Canopf, João Luiz Passador	Apartamentos sobre a Responsabilidade Social no ENANPAD: a construção de um conceito?	Realizar um resgate teórico do tema a partir do estudo dos artigos apresentados nos anais do ENANPAD.	Modismos, legitimação, social.	Análise teórica de artigos.	Sem consenso sobre a RS/Os artigos são influenciados por modismos ao longo do tempo.
APS-C1901	Denise Reis Bernardo, Cristina Calegário, Gabriel Pessanha, Luísa Pinto	Responsabilidade Social Empresarial: uma análise dos Balanços Sociais das Sociedades Anônimas de Capital Aberto	Verificar se o balanço social pode ser considerado um relatório gerencial que auxilie a formulação de estratégias empresariais.	BS, retorno, risco.	Pesquisa exploratória quantitativa com 73 empresas de capital aberto.	O BS pode ser considerado com ferramenta estratégica/Os indicadores do BS tem características gerenciais.
APS-C2100	Cláudio Galuchi, Marisa Tokarnik	RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) : A ATUAÇÃO DAS GRANDES EMPRESAS DO VALE DO PARANÁ	Analisar o perfil da responsabilidade social empresarial das grandes empresas do Vale do Paraná	Orientação estratégica, modelos da RS, abordagens da RS.	Pesquisa exploratória descrita com 25 empresas	Apoio a projetos auto-sustentáveis, Preocupação das empresas com a imagem/Multinacionais com maior investimentos.
APS-C2210	Simone Cristina Duñoth, Renate Caroline Castelluber Balunat	A DISEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES DAS AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS EMPRESAS	Realizar reflexões acerca dos mecanismos de divulgação das ações sociais empreendidas e possível relação entre gestão empresarial e marketing social, gestão da informação e responsabilidade social.	Estratégias de divulgação, BS, visões da RS.	Estudo de caso Sadia por meio de pesquisa exploratória qualitativa.	Informação importante para stakeholders/ Informação fortalece relacionamento empresassociedade.
APS-C2431	Elvira Crivinel Ferreira Ventura	Institucionalizando a Responsabilidade Social: Arranjos Estruturais no Campo das Organizações Bancárias	Analisar o processo de disseminação de arranjos estruturais da RSE nas organizações bancárias brasileiras.	Institucionalização, isomorfismo.	Pesquisa exploratória qualitativa com 22 bancos.	Processo de institucionalização em andamento/isomorfismo na maioria dos casos/E-portação do conceito de RS para multinacionais.
APS-C	Breyner Estanislau Silva de Carvalho	Responsabilidade Social e Ética nos Serviços Funerários: Um estudo de caso.	Estudar o posicionamento das organizações funerárias diante da implementação com a RS e ética.	Ética, Ethos, código conduta.	Estudo de caso com Funerária Pax Minas.	Os parâmetros éticos divergem entre regiões/Ações sociais das empresas são importantes para a sociedade/ Marketing como ferramenta de gestão social.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)