

Responsabilidade Social Corporativa: uma análise da literatura nacional

Alexandra dos Santos Marques¹ Adriana Ribeiro Ortiz¹ Cláudio Damacena¹ Juliano Machado de Magalhães¹
alexandramarque@gmail.com dricaortiz@yahoo.com.br damacena@unisinis.br julianommagalhaes@gmail.com

¹ Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS – São Leopoldo, RS, Brasil

RESUMO

Qual é o conhecimento científico produzido no Brasil sobre Responsabilidade Social Corporativa? Este artigo responde essa questão através da pesquisa realizada nos principais periódicos e congressos nacionais da Área de Administração. O levantamento abrangeu os seguintes aspectos: tipo de publicação (Revista ou Congresso), métodos utilizados e os principais resultados obtidos. Com base nesta pesquisa se traçou um panorama da produção científica nesta Área. Como um importante descobrimento, dessa análise da literatura, pode ser destacada a tendência de mudança do foco meramente filantrópico por parte das empresas para um escopo mais amplo e direcionado aos públicos internos e externos a organização. Outro aspecto relevante identificado foi uma clara evolução tanto quantitativa, quanto qualitativa dos trabalhos que vêm sendo realizados nos últimos anos no país.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Corporativa. Compilação. Brasil.

1. INTRODUÇÃO

O tema Responsabilidade Social Corporativa (RSC) vem sendo estudado em nível internacional desde o início do século passado e ganhou contornos mais direcionados ao foco empresarial em meados da década de 1950 (BOWEN, 1957). Percebe-se, nesses estudos, que os grupos de interesses – *stakeholders* – estão recebendo maior atenção por parte dos gestores da empresa, tanto no âmbito interno, quanto no externo, pois no primeiro, essa atitude, gera um maior nível de contentamento e conseqüente aumento de produtividade e redução de índices de rotatividade dos colaboradores. Em relação ao público externo, proporciona ganho na imagem da empresa, onde os consumidores se identificam e podem ter uma tendência de selecionar uma empresa responsável no ato da compra (ASHLEY, 2003; GUIMARÃES, 2004).

No passado, no auge da filantropia tradicional, a prática de doações era constante nas empresas de maior porte. Com a aceleração das mudanças e o agravamento dos problemas sociais, a questão da filantropia e do exercício da responsabilidade social ganhou novos contornos e dimensões. Tornou-se um problema não mais do Estado, dos governos locais, mas um desafio vencido pela ação do Estado, juntamente com as empresas e a sociedade civil (MACHADO; LAGE, 2002). Esse fato vem sendo analisado por diversos autores e pesquisadores de diversas áreas, desde área financeira, recursos humanos e marketing, refletindo no número crescente de artigos que estão sendo publicados sobre o tema, sobretudo em periódicos internacionais. Essa breve contextualização nos remete a questão que este estudo se propõe a responder: Qual é o conhecimento científico produzido no Brasil sobre Responsabilidade Social Corporativa?

É nesta perspectiva que o levantamento dos artigos publicados sobre RSC no Brasil. Foi realizado. Buscou-se, inicialmente, identificar os tipos de estudos já realizados sobre o tema, métodos mais utilizados e os principais resultados obtidos. Esse esforço de pesquisa

permitiu a sistematização do conhecimento a respeito desse importante tema, identificando o estado-da-arte desse tópico nas principais publicações brasileiras.

2. ESCOPO E ABRANGÊNCIA DA REVISÃO

Por ser um tema emergente e amplamente discutido por diversos grupos de pesquisadores, esta pesquisa teórica se caracteriza pela busca de estudos já realizados, relacionados ao tema. Buscou-se artigos nos períodos, qualificados como A pelo Qualis e nas edições do Encontro Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (Enanpad) de 1998 a 2005, totalizando 68 artigos encontrados, abrangendo artigos desde 1979 até 2005.

Para buscar os artigos relacionados a RSC, utilizou-se os *links* de procura dos *sites* dos periódicos classificados pela Qualis. Quando os mesmos não estavam disponíveis na íntegra, buscou-se os periódicos impressos, com base nos dados identificados no *site*. Já para pesquisar os artigos apresentados nos congressos, utilizou-se os *links* de pesquisa nos *CDs* dos congressos focados. Ou seja, esta pesquisa buscou subsídios através da utilização de dados secundários, fazendo com que o estudo se caracterize como uma pesquisa teórica.

3. CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS DOS ARTIGOS

Observa-se um crescimento no número de trabalhos publicados sobre o tema no decorrer dos anos. Em 1979 foi publicado o primeiro artigo sobre responsabilidade social na RAUSP e apenas em 1984, voltou a ser publicado outro sobre esse tema em periódicos. Em síntese, em 1979, 1 artigo publicado; 1984, 4; 1988, 1; 1989, 1; 1993, 1; 2000,1; 2001, 3; 2002, 9; 2003, 11; 2004, 13; 2005, 23. Esses números demonstram o crescente interesse dos pesquisadores sobre o assunto.

Os artigos do século XX caracterizam-se por serem artigos teóricos, já relatando que no futuro próximo haverá pressões sociais para que as organizações sejam realmente socialmente responsáveis, como ressaltam Toledo e Santos (1979). No entanto, nos artigos do século XXI, se identifica que 65% são pesquisas empíricas.

3.1. TIPOS DE ESTUDO

Nota-se que os 68 artigos encontrados não se baseiam apenas em revisões literárias, mas também, em pesquisas de campo, direcionadas também para a verificação dos resultados das empresas responsáveis. Dos 68 artigos, 36,76% são teóricos e 63,24% são empíricos.

Também se pode perceber, através dos estudos empíricos, que o impacto das ações sociais, tanto no ambiente interno da organização, quanto na sociedade, influencia as suas relações com o ambiente e que os resultados das ações sociais repercutem na valorização e qualificação das pessoas envolvidas com as ações responsáveis. Observa-se, principalmente, que os estudos realizados através de levantamentos, conseguem melhor demonstrar os impactos das ações de responsabilidade social. Percebe-se nos artigos uma preocupação em saber como apresentar as ações desenvolvidas pelas organizações. A maneira como são divulgadas as ações, interfere na imagem perante a sociedade em que esta inserida.

3.2. DEFINIÇÕES DE RSC

Verificou-se, que houve um crescimento na busca pelo entendimento e da aplicação da responsabilidade social. Utilizá-la não apenas em caráter filantrópico, mas sim, como parte da estratégia da organização, a fim de obter ganhos em relação a imagem da mesma no ambiente que está inserido e assim obter vantagem competitiva (MOSTARDEIRO; FERREIRA, 2005).

Responsabilidade Social Corporativa, historicamente foi conceituada por Bowen (1957), como as obrigações dos homens de negócio em adotar orientações, tomar decisões e

seguir linhas de ação que sejam compatíveis com os fins e valores da nossa sociedade. No entanto, para Ashley (2003), o termo responsabilidade social pode ser definido como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetam positivamente, de modo amplo, ou em alguma comunidade, de modo específico, agindo de forma pró-ativa e coerentemente, no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com a mesma. Assim, numa visão ampla, responsabilidade social pode ser definida como toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade.

Complementa ainda Kreitlon (2005), que há uma razoável concordância em afirmar-se que companhias responsáveis são aquelas que *vão além de suas obrigações legais*, no tratamento justo e considerado de seus funcionários; na relação transparente e ética com os *stakeholders*; na minimização dos danos e impactos ambientais provocados; no apoio às comunidades locais e; na promoção dos direitos humanos. Ou seja, a RSC consiste numa forma de atuação que pode ser descrita como promotora do interesse público, mas que não é única e exclusivamente imposta, ou regulada, pelo Estado.

Por conseguinte, as empresas estão valorizando as posturas éticas em relação aos seus funcionários e à comunidade em geral, por meio da divulgação de seus códigos internos de ética, projetos de reflorestamento, fundações educacionais e engajando-se em atividades filantrópicas. Isso porque se acredita que esta postura é determinante para consolidar uma imagem positiva perante clientes e funcionários e, por sua vez, fundamental para a perenidade da empresa, conforme Carvalho (2005).

4.1. CONCEITOS RELACIONADOS COM A RSC

A RSC resulta em um conjunto de fatores, agrupados em cinco dimensões: caráter ideológico, econômico, gestão profissional, ordenamento institucional e valores sociais. Essas dimensões interagem, resultando em uma melhor qualidade de vida e de trabalho, relata Alves (2003). Isso sintetiza o porquê da importância de ser responsável socialmente, porque as organizações começaram a visualizar estrategicamente a importância de realizar ações sociais não apenas de caráter filantrópico, mas de forma lucrativa para as mesmas, seja qualificando a sua imagem ou por ganhos no nível do seu ambiente interno (MENDONÇA; GONÇALVES, 2002; GUIMARÃES, 2004).

Isso é demonstrado, principalmente nos estudos empíricos, porque nos levantamentos realizados pelos pesquisadores nos artigos, buscaram predominantemente a visão dos funcionários, da sociedade, da empresa e ainda do governo. Visualizou-se também em outros artigos, a opinião dos universitários em relação empresas socialmente responsáveis, pois eles poderão ser os próximos empresários das organizações de hoje e do amanhã, são eles que poderão direcionar recursos para as ações sociais. Essas informações foram coletadas nos artigos empíricos e, é importante relatar que, dos 68 artigos, 25 deles são teóricos, baseados em pesquisa em dados secundários. Por outro lado, 43 deles são estudos empíricos. Desses, 12 são baseados em estudos de casos, representando 27,9% dos artigos empíricos; 18 são levantamentos, 41,86%; 10 são entrevistas em profundidade, 23,25%; 1 é de observação participante, 1 é de grupo de foco, e 1 é descritivos, representando assim 2,33% cada um.

Na Tabela 1, se apresentam os artigos pesquisados e seus respectivos resultados, ratificando o que fora relatado anteriormente e na Figura 1 se apresenta o modelo integrativo.

Tabela 1. Dados compilados dos periódicos e congresso ligados a RSC no Brasil.

Autor	Pesquisa	Resultados	Autor	Pesquisa	Resultados
ASHLEY; MACEDO-SOARES; (2001) Enanpad	Pesquisa em dados secundários e estudo de caso.	O modelo conceitual traz inovações estratégicas para uma nova cultura de consumo e produção no sentido do desenvolvimento e sociedade sustentáveis.	DUFLOTH; BELLUMAT; (2005) Enanpad	Dados secundários, pesquisa documental e aplicação de questionários.	A publicidade tem um papel importante no processo de transparência da comunicação da marca e atribuição de características de responsabilidade social.
SILVA; FREIRE; (2001) Enanpad	Pesquisa de Dados Secundários	Balanco Social Ampliado (BSA) possibilita a mensuração dos indicadores, qualitativos ou quantitativos relevantes, para cada um dos agentes econômicos e a consolidação das informações através do indicador social.	PASSADOR; CANOPF; PASSADOR; (2005) Enanpad	Utilização de dados secundários.	A RSC é necessária em todas as organizações porque está sendo exigida pela sociedade.
ALIGLERI; BORINELLI; (2001) Enanpad	Pesquisa exploratório-descritiva, por questionário com 26 empresas de indústria, comércio e serviços.	Engajamento empresarial em atividades sociais. Crescimento das ações relacionado ao aumento de incentivos fiscais. A idéia da RSC, como alternativa para a resolução dos problemas sociais e ambientais.	COSTA; CARVALHO; (2005) Enanpad	Análise de 38 discursos.	A RSC pode equilibrar as questões de ordem social, moral, política e econômica no contexto atual, a empresa socialmente responsável – seu veículo de efetivação – posiciona-se como legítima na sociedade.
MENDONÇA; GONÇALVES; (2002) Enanpad	Utilização de dados secundários.	As ações de RSC podem impactar na imagem da organização, mas sem uma ação direta da mesma. As impressões sobre a empresa quanto a sua consciência social, seriam formadas espontaneamente, de forma não-calculada.	ALMEIDA; LINS; OLIVEIRA; (2005) Enanpad	Base em dados coletados de entrevistas, análise documental e observação participante.	Sugere um maior número de empresas trabalhando na comunidade, de forma sincronizada diminuindo a possibilidade de dependência com a Celpe, uma preocupação externada pela Associação de moradores.
HAWKINS; COSTA; (2002) Enanpad	Levantamento com 48 empresas. Realizou-se pesquisa censitária.	Nota-se que as empresas vêm ampliando e sistematizando as ações sociais e ambientais, ressaltando que as iniciativas ainda se limitam as suas próprias empresas, constatando-se baixo caráter associativo neste sentido.	CARVALHO; (2005) Enanpad	Estudo de Caso	A empresa estudada sinaliza que o simples fato das empresas atuarem dentro dos preceitos éticos e de RSC, contribui muito para o desenvolvimento social e para o fortalecimento da cidadania.
FERREIRA; PASSADOR; (2002) Enanpad	Pesquisa exploratório-descritiva, com aplicação de questionários.	As empresas de Maringá vêm tentando auxiliar a comunidade com ações sociais esporádicas e estão dispostas a realizar parcerias com o Estado e com a sociedade civil para a construção de uma sociedade mais saudável e justa.	MOSTARDEIRO; FERREIRA; (2005) Enanpad	Utilização de dados secundários e estudo de casos.	Identificou as relações entre estratégias corporativas e de responsabilidade social podem ser base para a diferenciação competitiva, tornando-se o principal fio condutor que as une estrategicamente.

III SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia

Autor	Pesquisa	Resultados	Autor	Pesquisa	Resultados
FOSSÁ; SARTORETTO; (2002) Enanpad	Estudo de caso, com observação-participante e entrevistas estruturadas.	O voluntariado faz com que os funcionários desenvolvam as habilidades em comunicação, negociação e em relacionamento interpessoal, refletindo indiretamente na organização.	CAMPANHOL; BREDA; (2005) Enanpad	Utilização de dados secundários e aplicação de questionários.	As ações sociais mais realizadas pelas empresas são práticas de ações filantrópicas ou assistencialistas.
WERLANG; (2002) Enanpad	Pesquisa exploratória, com sete entrevistas em profundidade.	Relata-se que se deve explicitar que os gestores de RH são partes ativas da gestão da responsabilidade social, desempenhando a função a partir de uma visão dos <i>stakeholders</i> .	VENTURA; (2005) Enanpad	Estudo de caso.	Identifica que as relações de dominação existem sem significar que os atores envolvidos tenham consciência da responsável social.
SOUZA; CARVALHO; XAVIER; (2003) Enanpad	Pesquisa teórica e comparativa. Utilização de dados secundários.	As diretrizes dos cursos estão orientadas para a capacitação de Administradores e Contabilistas na tomada de decisão e na implementação de ações nas organizações. A formação separa entre o mundo do trabalho e o mundo da vida.	GALUCHI; TADEUCCI; (2005) Enanpad	Utilização de questionários e entrevista de profundidade.	A maior motivação para investimentos em RSC vem do fato das empresas precisarem proteger suas marcas e valorizá-las a partir do bom relacionamento principalmente com funcionários e comunidade.
MRTVI; (2003) Enanpad	Pesquisa Descritiva e quantitativa. Utilizou-se 388 questionários.	Demonstram que os consumidores diferenciam as marcas pesquisadas das demais em relação aos atributos da responsabilidade social, mas nem sempre conseguem distinguir com clareza a natureza dos projetos desenvolvidos.	BERNARDO; CALEGÁRIO; PESSANHA; PINTO; (2005) Enanpad	Pesquisa em dados secundários e pesquisa documental.	O Balanço Social reúne um conjunto de informações sobre projetos, benefícios e ações sociais e serve como instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da RSC.
OLIVEIRA; GOUVÊA; GUAGLIARDI; (2004) Enanpad	Levantamento, realizado por e-mail, com amostra de 60 alunos de pós-graduação, tendo 2 pré-testes.	Indicam que a RSC pode gerar vantagem competitiva, além de indicar a existência de paradoxo entre a RSC ser vinculada à empresa e não a marca comercializada, o que é normalmente lembrado pelo consumidor. Autores indicam que a RSC é pouco influente sobre a decisão de compra.	CORREA; FERREIRA; (2000) Enanpad	Estudo de Caso.	Os projetos sociais constituem um poderoso instrumento para a valorização da imagem corporativa, promoção dos bens ou serviços produzidos pela empresa e abertura de mercados internacionais.
COSTA; NETO; (2003) Enanpad	Pesquisa Descritiva	O planejamento estratégico, projeta e constrói a comunidade com uma visão de futuro, que respeite a de produção de água e o patrimônio, incluindo a população local e permitindo a geração de renda e emprego de qualidade.	PESSOA; NORO - NHA, PRESTES Jr.; HERNANDES CAMELO; (2005) Enanpad	Utilização de dados secundários.	O Programa Integrado de Capacitação Empreendedora é caracterizado integrar futuros administradores na questão da empreendedorismo e da responsabilidade social.
CANOPE; PASSADOR; (2004) Enanpad	Pesquisa de dados secundários.	Demonstra-se a necessidade dos cursos de graduação em Administração refletirem a questão da Responsabilidade Social e a responsabilidade concernente ao desempenho do papel da Universidade na sociedade.	PINTO; PEREIRA; LARA; (2004) Enanpad	Amostra de 208 empresas varejistas de Belo Horizonte	Identificado três perfis de empresas: médio, alto e baixo nível de práticas de RSC. A maioria (65,8%) apresenta características mais próximas aos perfis de médio e baixo. Apenas 16,8% têm alto estágio.

III SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia

Autor	Pesquisa	Resultados	Autor	Pesquisa	Resultados
MACHADO; LAGE; (2002) Enanpad	Estudo de caso na Companhia Vale do Rio Doce	Os investimentos em projetos sociais e ambientais das empresas tornaram-se um grande negócio para a empresa, a sociedade e para o governo.	SERPA; (2005) Enanpad	Questionários aplicados com 132 pessoas.	Há uma menor valorização da ética e da responsabilidade social no grupo de estudantes, que são mais jovens e menos experientes do que os executivos.
VOLPON; CRUZ; (2004) Enanpad	Levantamento com 100 alunos, selecionados aleatoriamente.	A RSC não está contribuindo com a fidelização do consumidor, mas, sim, com a imagem da organização. Nos bancos, a imagem está sendo direcionada com o que ele está contribuindo para a sociedade.	FILHO; LIBONATI; SILVA; MULATINHO; (2005) Enanpad	Questionários aplicados com 200 pessoas.	Não há diferenças significativas entre os dois grupos na decisão de não comprar ações de empresas socialmente responsáveis não lucrativas, confirmando a importância contábil na decisão de investimentos.
PINTO; MACHADO; (2004) Enanpad	Entrevistas em profundidade, dados secundários.	O cumprimento das obrigações sociais legais ou compulsórias – encargos sociais e afins – tem relação não significativa com as avaliações intra e extramuros, enquanto a sensibilidade social e ambiental tem relação positiva.	GUIMARÃES; (2004) Enanpad	Estudo de caso em um <i>Call Center</i> , com 5 entrevistas em profundidade	Com a RSC a organização busca a qualidade de vida, não só no trabalho, mas fora dele. A promoção da qualidade de vida engloba todos os <i>stakeholders</i> , beneficiando a comunidade e os empregados.
ALIGLERI; ALIGLERI; SOUZA; SCHMITT; ALMEIDA; (2003) Enanpad	Pesquisa exploratória-descritiva. Com questionários e entrevistas em profundidade.	Poucos programas focados em reduzir os impactos causados pelas atividades das indústrias alimentícias pesquisadas, sendo que as ações de RSC em andamento limitam-se ao cumprimento de exigências legais, tanto trabalhistas, como tributárias.	VARELA; FARINA; GOUVÊA; (2005) Enanpad	Pesquisa documental.	Os critérios de distribuição do Fundo de Participação dos Municípios contribuem para tornarem equitativas as receitas para os governos municipais assegurarem condições mínimas de bem-estar social e promover o desenvolvimento econômico.
VENTURA; VIEIRA; (2004) Enanpad	Dados secundários e entrevistas de profundidade.	O balanço social será refinando no decorrer do tempo, espelhando os novos padrões exigidos pela sociedade, reorientado pelas ações para se adquirir maior legitimidade social e ambiental.	ORTOLANI; CAMPELLO; MATIAS; (2004) Enanpad	Utilização de dados secundários	Um município produtivo é aquele que consegue obter o máximo de resultados sociais (responsabilidade social) com o mínimo de dispêndio (responsabilidade fiscal).
MAGALHÃES (1984) RAE	Utilização de dados secundários	Pesquisador questiona as ações de RSC adotadas, sendo submetidas aos interesses e valores da organização em relação à sociedade.	CURADO; (2003) Enanpad	Análise de dados secundários	Mostra que responsabilidade social ainda é incipiente no empresariado brasileiro, sendo focada a filantropia.
BASTOS (1988) RAUSP	Aplicação de 297 questionários.	As forças sociais conduzem a conduta dos cientistas, enquanto na responsabilidade social o pesquisador tem um direcionamento não apenas profissional, mas cidadão.	TOLEDO; SANTOS; (1979) RAUSP	Utilização de dados secundários.	Constatou que as pressões sociais resultarão numa transformação radical do conceito de <i>marketing</i> , que fundamentarão a filosofia de atuação dos executivos de <i>marketing</i> .
GUIMARÃES (1984) RAE	Análise de dados secundários.	O balanço social pode virar um modismo, onde deveria demonstrar seus investimentos em RSC. As empresas precisam se conscientizar com a valorização da qualidade de vida.	ALVES (2003) RAUSP	Utilização de dados secundários.	A RSC resulta em um conjunto de fatores, com cinco dimensões: caráter ideológico, econômico, ordenamento institucional, gestão profissional e valores sociais.

III SEGeT – Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia

Autor	Pesquisa	Resultados	Autor	Pesquisa	Resultados
HAYDEL (1989) RAE	Pesquisa qualitativa, com utilização de entrevistas de profundidade.	Os administradores de multinacionais tendem a permitir a tomada de decisões de programas de RSC, mesmo que pouco sofisticados, baseados mais na ação do que na análise crítica.	VEIGA-NETO; PANHOSSI; GODOY (2004) REAd	Entrevistou 53 de 105 da população total. Utilizou-se abordagem telefônica.	Identificadas características favoráveis do terceiro setor, como a capacidade de gerar novos conhecimentos, que capacitação e proporcionam maior empregabilidade.
COUTINHO; MACEDO- SOARES; (2002) RAC	Análise de dados secundários	A pesquisa relata que os investimentos em RSC são geralmente isolados, ou seja, não alinhados com suas estratégias de negócios.	OLIVEIRA (1984) RAE	Pesquisa qualitativa e quantitativa.	As pequenas e médias empresas do setor de conservas alimentícias do RS apresentam tendências à adoção de comportamentos socialmente responsáveis.
TREVISAN; (2002) RAE	Análise de dados secundários.	O <i>marketing</i> de causa ou a filantropia representam oportunidade de diferenciação em um ambiente extremamente competitivo. O Balanço Social torna-se o instrumento que apresenta a identidade social.	ROMANIELLO; AMÂNCIO; (2005) REAd	Estudo de caso.	As práticas de RSC evidenciam a importância das empresas se preocuparem com o ambiente interno e externo, incorporando ao seu planejamento os interesses dos stakeholders.
BITTENCOURT; CARRIERI; (2005) RAE	Dados secundários, entrevistas em profundidade.	A gerência identifica as contribuições ou reivindicações de outros atores sociais, usualmente geradores de conflitos, impossibilitando uma relação mais equilibrada de poder.	ALVES; (2005) REAd	Baseada em dados secundários e estudo de caso.	A fundação do Instituto Pró-Criança foi elaborada com a função de coordenar e monitorar as práticas de RSC ligadas aos menores no setor calçadista de Franca.
BATISTA; (2003) Enanpad	Utilização de entrevistas de profundidade e questionários.	Pode-se perceber que existe uma mudança do meio empresarial, diminuindo as razões para a não-contratação e aumentando a procura por mão de obra de PPD. Essa mudança se refere por parte do meio empresarial que busca realizar trabalho social.	ZOUAIN; SAUERBRONN (2002) Enanpad	Estudo de caso e entrevistas de profundidade com 10 funcionários.	A Light compreende e reconhece o seu papel na superação dos problemas sociais e no atendimento às necessidades da população, através da reversão do processo de exclusão dos moradores de áreas informais.
RODRIGUES; (2005) Enanpad	Utilização de dados secundários.	Para ser avaliada a gestão social das empresas, através dos indicadores de RSE que possibilitem o julgamento não apenas quanto ao processo de gestão em si, mas também quanto aos resultados alcançados.	BACKES; WIETHAEUPER; (2005) Enanpad	Pesquisa documental.	Os resultados indicaram a divulgação com maior frequência da categoria capital estrutural, com destaque para a subcategoria RSC; seguida capital humano e capital de clientes.

5. ANÁLISE GERAL DA LITERATURA NACIONAL

Através dos resultados identificados, percebe-se que o campo de pesquisa da RSC cresceu, havendo mais pesquisadores preocupados em conhecer os reflexos das ações sociais, como estes se refletem dentro da organização, sendo através das ações das organizações ou mesmo do trabalho voluntário realizado por funcionários de empresas responsáveis.

A Figura 1 apresenta um modelo integrativo das teorias relacionadas a RSC estudadas no Brasil e apresentadas na Tabela 1, sendo este composto pelas ações que levam a RSC e esta posteriormente leva a uma série de outras ações desencadeadas pelo comportamento inicial gerado pelas ações. Os principais tipos de resultados que puderam ser identificados foram: em nível de recursos humanos - comprometimento organizacional, qualidade de vida do trabalhador (QVT) e trabalho voluntário; em nível de RSC - cidadania econômica, legal, ética e filantrópica e trabalho infantil; em nível de *marketing* – beneficiários, administração estratégica, marketing institucional que gerou descobertas sobre o nível de satisfação e fidelização, imagem e percepção do consumidor. Este modelo sintetiza o que fora identificado em nível de Brasil até o presente momento a cerca da RSC.

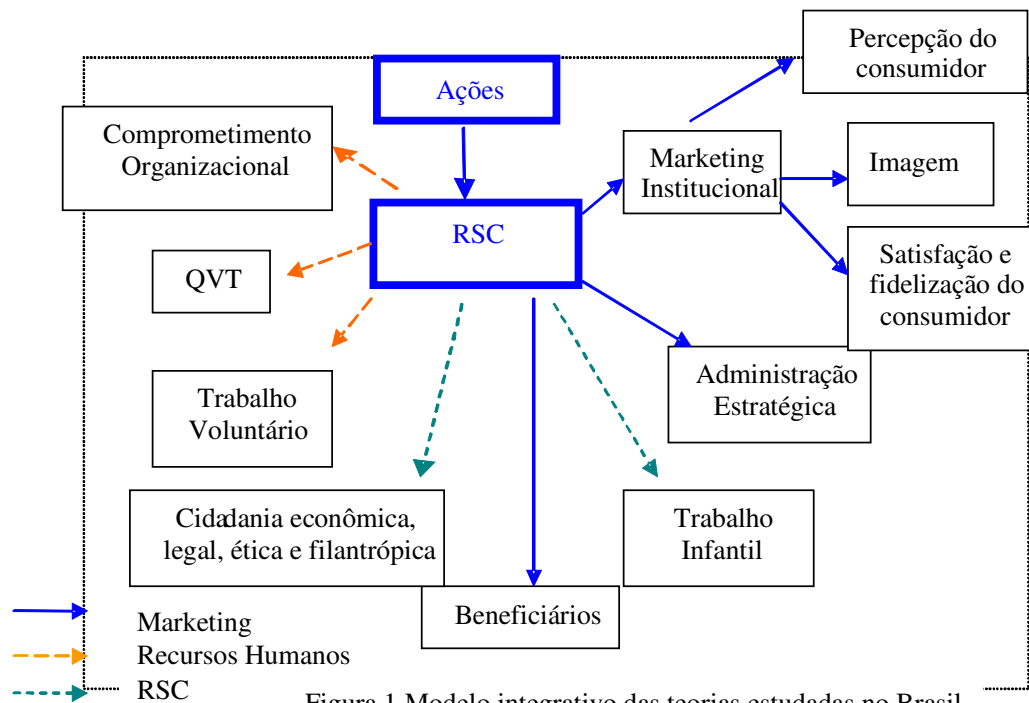


Figura 1. Modelo integrativo das teorias estudadas no Brasil

Alguns estudos apresentados na Tabela 1, indicam que a RSC faz com que a organização se mantenha preocupada com a imagem que transmite a sociedade, além de, conseqüentemente, promover os bens ou serviços produzidos que ela produz, assim possibilitando a abertura de novos mercados, tanto nacionais, para um público mais segmentado, como para outros países, que são aderentes aos aspectos relacionados a RSC, (ver, por exemplo, Correa e Ferreira, 2000). Complementam, as ações de RSC podem ser um investimento, tornando-se um grande negócio para a empresa, para a sociedade e para o governo. Mesmo assim, Hawkins e Costa (2002), relatam que as empresas vêm ampliando e sistematizando ações de RSC, ressaltando que as iniciativas ainda se limitam as suas próprias empresas, constatando-se baixo caráter associativo neste sentido, porque não envolvem a sociedade em geral, mas sim, seu público interno.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Responsabilidade Social Corporativa deixou de ser para as empresas apenas uma questão de filantropia, mas de gestão organizacional. Isso porque as ações sociais repercutem no ambiente interno e externo da organização. No ambiente interno, repercuti na melhoria na qualidade de vida do trabalho, aumenta a produtividade, cria maior motivação aos seus colaboradores, fazendo com que as pessoas tenham mais motivação para a jornada de trabalho e consigam sugerir melhorias para a organização. Além da RSC poder fazer parte da administração estratégica da organização, reflete no *marketing* institucional, por sua vez, na imagem da empresa, na percepção do consumidor, bem como, na satisfação e conseqüente fidelização do mesmo. No ambiente externo, o exercício da responsabilidade social gera também retorno para a empresa, tanto social, cultural, quanto financeiro, aprimorando o relacionamento com seus diversos públicos e promovendo o desenvolvimento sustentável do local e da região.

As ações sociais relatadas nos resultados dos artigos pesquisados demonstram que as empresas ampliaram e ainda vem ampliando a sua visão da importância da responsabilidade social para a organização e para a sociedade em que está inserida. Visualizar e saber como demonstrar as ações faz com que haja a diferenciação no mercado atual, porque essas ações refletem na imagem da organização. Saber utilizar as ações sociais, como estratégia da organização, integrando-a na administração da organização para que se possa refletir na imagem institucional, por conseguinte no valor da marca e da percepção de satisfação do consumidor em relação ao produto oferecido pela empresa.

REFERÊNCIAS

- ABREU, M. C. S.; NETO, A. G. B. L. **Os Desafios da Implantação da Norma SA 8000 – Responsabilidade Social na Petrobrás/LUBNOR.** Revista Eletrônica de Administração, Ed. 48, v. 11, n. 6, nov-dez, 2005.
- ALIGLERI, L. M.; BORINELLI, B. **Responsabilidade Social nas Grandes Empresas da Região de Londrina.** XXVI Enanpad, 2001.
- ALIGLERI, L.; ALIGLERI, L. A.; SOUZA, M. J. B.; SCHMITT, A. A.; ALMEIDA, L. M.; **A Responsabilidade Social na Gerência de Produção: percepções, políticas e perspectivas na indústria de alimentos da região de Londrina.** XXVII Enanpad, 2003.
- ALMEIDA, S. L.; LINS, S. A. G.; OLIVEIRA, R. R. **Benefícios do capital social: A experiência da Escola de Voluntários da Celpe.** XXIX Enanpad, 2005.
- ALVES, E. A. **Desafios de Governança da Responsabilidade Social na Cadeia Produtiva: o Caso da Indústria Calçadista de Franca.** Revista Eletrônica de Administração - Ed. 47, v. 11, n. 5, set-out, 2005.
- ALVES, E. A. **Dimensões da responsabilidade social da empresa: uma abordagem desenvolvida a partir da visão de Bowen.** Revista de Administração da Universidade de São Paulo, v. 38, n. 1, jan-mar, 2003.
- ASHLEY, A.; *et al.* **Ética e responsabilidade social nos negócios.** São Paulo: Saraiva, 2003.
- ASHLEY, P. A.; MACEDO-SOARES, T. D.L.A; **Um Modelo Conceitual para à Incorporação da Responsabilidade Social à Governança das Relações Negócio-Sociedade.** XXVI Enanpad, 2001.
- BACKES, R. G.; OTT, E.; WIETHAEUPER, D; **Evidenciação do Capital Intelectual: Análise de Conetúdo dos Relatórios de Administração de Companhias Abertas Brasileiras.** XXIX Enanpad, 2005.
- BASTOS, A. V. B. **Neutralidade x Responsabilidade Social na pesquisa.** Revista de Administração da Universidade de São Paulo, v. 23, n. 1: p. 70-80, janeiro/março 1988.
- BATISTA, C. A. M.; **A Prática de Responsabilidade Social e a Inclusão da Pessoa Portadora de Deficiência.** XXVII Enanpad, 2003.

- BERNARDO, D. C. R.; CALEGÁRIO, C. L. L.; PESSANHA, G. R. G.; PINTO, L. B. **Responsabilidade Social Empresarial: uma análise dos Balanços Sociais das Sociedades Anônimas de Capital Aberto.** XXIX Enanpad, 2005.
- BITTENCOURT, E., CARRIERI, A. **Responsabilidade Social: Ideologia, Poder e Discurso na Lógica Empresarial.** Revista de Administração de Empresas, Ed. Especial, n. 45, 2005.
- BOWEN, H. R. **Responsabilidades sociais do homem de negócios.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1957.
- CAMPANHOL, E. M.; BREDAS, F. A. **Responsabilidade Social: Entre o Assistencialismo e a Moderna Gestão Corporativa.** XXIX Enanpad, 2005.
- CANOPI, L.; PASSADOR, C. S.; **A Responsabilidade Social na Graduação em Administração da Região Sudoeste do Paraná: obrigação cumprida ou demanda atendida?** XXVIII Enanpad, 2004.
- CARVALHO, B. E. S. **Responsabilidade Social e Ética nos Serviços Funerários: Um Estudo de Caso.** XXIX Enanpad, 2005.
- COELHO, H. M. Q. **Gestão do público interno em duas empresas filiadas ao Instituto Ethos de Responsabilidade Social Empresarial: a visão dos trabalhadores, dos gestores de pessoas e dos sindicalistas.** XXIX Enanpad, 2005.
- CORREA, S. C. H.; FERREIRA, A. L. **Responsabilidade Social: Aspectos menos visíveis de um caso de sucesso.** XXIV Enanpad, 2000.
- COSTA, A. M.; CARVALHO, J. L. F.. **Legitimando Papéis ou Conciliando Interesses? A Reprodução Discursiva da Responsabilidade Social Empresarial.** XXIX Enanpad, 2005.
- COSTA, S. R.; NETO, M. M.; **Paranapiacaba: destino turístico e responsabilidade social.** XXVII Enanpad, 2003.
- COUTINHO, R. B. G.; MACEDO-SOARES, T. D. **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, 2002.
- CURADO, I. B. **Responsabilidade legal, responsabilidade social e compromisso social: uma questão de autoridade?** XVII Enanpad, 2003.
- DUFLOTH, S. C.; BELLUMAT, R. C. C. **A Disseminação de Informações das Ações de Responsabilidade Social das Empresas.** XXIX Enanpad, 2005.
- FERREIRA, M. R.; PASSADOR, C. S.; **Apontamentos sobre Ação Social nas Médias e Grandes Empresas de Maringá: Responsabilidade Social.** XXVII Enanpad, 2002.
- FILHO, J. F. R.; LIBONATI, J. J.; SILVA, F. D. C.; MULATINHO, C. E. S. **Decisões de Investimento Baseadas em Métricas Contábeis: Um Experimento Considerando Variáveis de Responsabilidade Social.** XXIX Enanpad, 2005.
- FURTADO, R.; PENA, R. P. **Responsabilidade Social com Público Interno: a percepção dos funcionários de uma das “melhores empresas para trabalhar” quanto à relação com os sindicatos e ao envolvimento dos empregados na gestão.** XXIX Enanpad, 2005.
- FOSSÁ, M. I. T.; SARTORETTO, P. M. **Responsabilidade Social Empresarial e Comprometimento Organizacional: Uma Relação Possível?** XXVI Enanpad, 2002.
- GALUCHI, C. N. D.; TADEUCCI, M. S. R. **Responsabilidade Social Empresarial (SER): A Atuação as Grandes Empresas do Vale do Paraíba.** XXIX Enanpad, 2005.
- GONÇALVES, E. L. **Responsabilidade Social da Empresa.** Revista de Administração de Empresas, v. 24, n. 4, p. 226-240, out-dez, 1984.
- GUIMARÃES, D. C. **A Responsabilidade Social Empresarial e a Precarização da Qualidade de Vida no Trabalho de uma Empresa de Call Center.** XXVIII Enanpad, 2004.
- GUIMARÃES, H. W. **Responsabilidade Social da Empresa: uma visão histórica de sua problemática.** Revista de Administração de Empresas, v. 24, n. 4, p. 211-19, out-dez, 1984.
- HAWKINS, D. P. B. C.; COSTA, S. P. B. **Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: uma Pesquisa Exploratória no Setor Supermercado de Médio Porte de Fortaleza.** XXVI Enanpad, 2002.

- HAYDEL, B. F. **A Administração Estratégica de Programas de responsabilidade Social em Empresas Multinacionais: percepções da alta diretoria.** Revista de Administração de Empresas, v. 29, n. 3, p. 5-29, jul-set, 1989.
- KREITLON, M. P. **A Ética nas Relações entre Empresas e Sociedade: Fundamentos Teóricos da Responsabilidade Social Empresarial.** XXVIII Enanpad, 2004.
- KREITLON, M. P. **A Responsabilidade Social como Dimensão Fundamental do Planejamento Estratégico Corporativo: o caso da Petrobrás.** XXIX Enanpad, 2005.
- KREITLON, M. P. **Responsabilidade Social das Empresas: Regulação pelo Estado ou pela Sociedade Civil?** XXIX Enanpad, 2005.
- MACHADO, A. L. C. S.; LAGE, A. C. **Responsabilidade Social: Uma Abordagem para o Desenvolvimento Social. O caso da CVRD.** XXVI Enanpad, 2002.
- MAGALHÃES, M. **Responsabilidade Social das Empresas e Ação Política dos indivíduos e da sociedade.** Revista de Administração de Empresas, v. 24, n. 4, p. 220-225, out-dez, 1984.
- MENDONÇA, J. R. C.; GONÇALVES, J. C. S. **Responsabilidade Social nas Empresas: uma questão de imagem ou de substância?** XXVI Enanpad, 2002.
- MOSTARDEIRO, M. M.; FERREIRA, G. C. **Análise das Estratégias de Responsabilidade Social e sua Inserção na Estratégia Corporativa de Três Empresas do Rio Grande do Sul.** XXIX Enanpad, 2005.
- MRTVI, V. O.; **Percepção do Consumidor Sobre Ações Corporativas Vinculadas ao Conceito de Responsabilidade Social: Um estudo no setor de cosméticos.** XXVII Enanpad, 2003.
- NOGUEIRA, C. E. A.; CHAUVEL, M. A. **Responsabilidade Social: um Estudo Exploratório Sobre o Processo de Decisão das Instituições Mantidas por Empresas.** XXVII Enanpad, 2003.
- OLIVEIRA, B. A.; GOUVÊA, M.; GUAGLIARDI, J.. **A Influência da Responsabilidade Social nas Decisões de Compra de Produtos de Conveniência.** XXVIII Enanpad, 2004.
- OLIVEIRA, J. A. **Responsabilidade social em pequenas e médias empresas.** Revista de Administração de Empresas, v. 24, n. 4, p. 203-210, out-dez, 1984.
- ORTOLANI, F.; CAMPELLO, C. A. G. B.; MATIAS, A. B.; **A Relação (In) Existente entre Responsabilidade Fiscal e Responsabilidade Social nos Municípios Paulistas.** XXVIII Enanpad, 2004.
- PASSADOR, C.; CÂNOPF, L.; PASSADOR, J.; **Apontamentos sobre a Responsabilidade Social no Enanpad: a construção de um conceito?** XXIX Enanpad, 2005.
- PENA, R. P. M. **Responsabilidade Social da Empresa e Business Ethics: Uma Relação Necessária?** XXVII Enanpad, 2003.
- PESSOA, P. E. B.; NORONHA, A. B.; PRESTES JR., N.; HERNANDES, W.; CAMELO, R. S. **Integrando o Aluno do Curso de Administração na Questão da Responsabilidade Social: Programa Integrado de Capacitação Empreendedora.** XXIX Enanpad, 2005.
- PINTO, E. P.; MACHADO, C. **Investimentos Espontâneos ou Compulsórios: qual deles faz a diferença na responsabilidade social das organizações, segundo as percepções de lideranças intramuros e extramuros?** XXVIII Enanpad, 2004.
- PINTO, M. R.; PEREIRA, D. R. M.; LARA, J. E. **Caracterização de Perfis de Empresas Quanto a Adoção de Práticas de Responsabilidade Social.** XXVIII Enanpad, 2004.
- RIBEIRO, C. A. C. **A Responsabilidade Social da Empresa: Uma nova vantagem competitiva.** Revista de Administração de Empresas, Ed. 33, v. 1, p. 46-50, jan-fev, 1993.
- RODRIGUES, M. C. P.; **Avaliação da Gestão Social nas Empresas: Desafios e Possibilidades.** XXIX Enanpad, 2005.
- ROMANIELLO, M. M.; AMÂNCIO, R. **Gestão Estratégica e a Responsabilidade Social Empresarial: Um Estudo sobre a Percepção dos Estudantes do Curso de Administração.** Revista Eletrônica de Administração - Ed. 45, v. 45, n. 3, mai-jun, 2005.

- SCHROEDER, J. T.; SCHROEDER, I. **Responsabilidade Social Corporativa: Limites e Possibilidades**. Revista Eletrônica de Administração, v.3, n. 1, jan-jun, 2004.
- SERPA, D. A. **Ética e Responsabilidade Social Corporativa são Realmente Importantes? Um Estudo com Futuros e Atuais Gestores de Empresas**. XXIX Enanpad, 2005.
- SILVA, C.A.T.; FREIRE, F. S.; **Balço Social Abrangente: Um novo instrumento para a Responsabilidade Social das Empresas**. XXVI Enanpad, 2001.
- SOARES, G. M. P. **Responsabilidade Social Corporativa: por uma boa causa!?** Revista Eletrônica de Administração, v.3, n. 2, art. 23, jul-dez, 2004.
- SOUZA, W. J.; CARVALHO, V.; XAVIER, A. M.; **Mercado, Ética e Responsabilidade Social na Formação dos Profissionais de Administração e de Ciências Contábeis: uma análise teórico-comparativa sob a ótica das Diretrizes Curriculares Nacionais**. XXVII Enanpad, 2003.
- THIRY-CHERQUES, H. R. **Responsabilidade Moral e Identidade Empresarial**. Revista de Administração Contemporânea, Ed. Especial, p.31-50, 2003.
- TOLEDO, G. L.; SANTOS, D. G.; **A Responsabilidade Social do Marketing**. Revista de Administração da Universidade de São Paulo. Ed. 14, v. 14, n.1, jan-mar, 1979.
- TREVISAN, F. A.. **Balço como Instrumento de Marketing**. Revista Eletrônica de Administração, v. 1, n. 2, jul-dez, 2002.
- VARELA, P. S.; FARINA, M. C.; GOUVÊA, M. A. **Política de Financiamento dos Municípios de São Paulo: Transferências Constitucionais Versus Receitas Tributárias**. XXIX Enanpad, 2005.
- VEIGA-NETO, A. R.; PANHOSSI, K. R.; GODOY, A. F. M. **Responsabilidade Social em Empresas Privadas e sua Relação com o Terceiro Setor**. Revista Eletrônica de Administração. Ed. 39, v. 10, n. 3, mai-jun, 2004.
- VENTURA, E. C. F. **Institucionalizando a Responsabilidade Social: Arranjos Estruturais no Campo das Organizações Bancárias**. XXIX Enanpad, 2005.
- VENTURA, E. C. F. **Responsabilidade Social das Empresas sob a ótica do “Novo Espírito do Capitalismo”**. XXVII Enanpad, 2003.
- Ventura, E. C. F.; VIEIRA, M. M. F.; **Institucionalização de Práticas Sociais: uma Análise da Responsabilidade Social Empresarial no Campo Financeiro no Brasil**. XXVIII Enanpad, 2004.
- VOLPON, C. T.; CRUZ, E. P. **A Importância da Responsabilidade Social na Fidelização dos Clientes: uma Investigação no Mercado Bancário**. XXVIII Enanpad, 2004.
- WERLANG, P. **O papel do gestor de recursos humanos na construção da responsabilidade social empresarial**. XXVI Enanpad, 2002.
- XAVIER, A. M.; SOUZA, W. J. **Responsabilidade Social Empresarial: Estudo Teórico-Empírico à Luz dos Instrumentos Ethos**. XXVIII Enanpad, 2004.
- ZOUAIN, D. M.; SAUERBRONN, F. F.; **Desenvolvimento da Dimensão Comunitária da Responsabilidade Social das Organizações: um estudo de caso sobre a LIGHT e suas contribuições para o desenvolvimento humano sustentável, a inclusão social e a cidadania**. XXVII Enanpad, 2002.