

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: MERO DISCURSO OU AÇÕES EFETIVAS EM PROL DO DESENVOLVIMENTO?

Corporate social responsibility: merely speech or effective actions for development?

David Lorenzi Jr.
Silvio Cezar Arend

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: MERO DISCURSO OU AÇÕES EFETIVAS EM PROL DO DESENVOLVIMENTO?

Corporate social responsibility: merely speech or effective actions for development?

David Lorenzi Jr.
Silvio Cezar Arend

Resumo: Este estudo propôs um modelo de avaliação das práticas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) a partir da revisão da literatura sobre o tema. A avaliação do modelo tomou como referência empresas e entidades premiadas pelo Prêmio de Responsabilidade Social da Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul em 2012. Os resultados demonstram que a maioria das empresas e entidades desenvolvem práticas de RSE basicamente conforme as exigências legais. Percebeu-se um discurso positivo dos entrevistados sobre RSE, entretanto, na prática, o que se notou é que as práticas pouco contribuem para o desenvolvimento da sociedade em que estão localizadas. Algumas empresas têm ações mais avançadas, mas mesmo estas são pontuais e os administradores têm percepções diferentes sobre o conceito de RSE. Concluiu-se que o modelo proposto é adequado à avaliação das práticas reportadas pelas empresas e, salvo casos pontuais, as práticas de RSE estão aquém do que realmente pode ser realizado.

Palavras-chaves: Desenvolvimento Regional; Reponsabilidade Social Empresarial; Organizações

Abstract: This study proposed a model for evaluation the practices of Corporate Social Responsibility (CSR) based on a review of the literature on the subject. The evaluation of the model took as reference companies and entities awarded by the Social Responsibility Award of the Legislative Assembly of the State of Rio Grande do Sul in 2012. The results demonstrate that most companies and entities develop CSR practices basically according to legal requirements. A positive discourse of CSR respondents was perceived, however, in practice, what was noticed was that practices do little to contribute to the development of the society in which they are located. Some companies have more advanced actions, but even these ones are punctual and managers have different perceptions about the concept of CSR. It was concluded that the proposed model is adequate to evaluate the practices reported by the companies and, except for occasional cases, CSR practices fall short of what can actually be done.

Keywords: Regional Development; Corporate; Social Responsibility, Organizations

JEL: L21; M21; O1; O18

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos percebe-se uma mudança na natureza da relação entre as empresas e entidades com a sociedade. As empresas e entidades, tendo de competir num ambiente de negócios cada vez mais complexo e competitivo, são cada vez mais cobradas, muitas vezes por questões legais, ou até mesmo pela imagem delas perante a sociedade, a olhar o impacto das suas operações e ações dentro e fora de suas paredes institucionais e, dessa forma, verificar também os impactos de suas ações e políticas na sociedade. Nesse sentido, muitas dessas empresas e entidades que realizam essas ações propagam um discurso de que realizam ações de Responsabilidade Social Empresarial (RSE).

Conforme Betto (2001), toda empresa é uma comunidade de pessoas voltadas à produção que, para bem funcionar, depende de uma teia de relações com outras empresas, bancos, mídia e comunidade. Além disso, o autor aborda que uma empresa é a qualidade de seu produto ou serviço somada à imagem que projeta na opinião pública.

A empresa também é uma unidade econômico-social, integrada por elementos humanos, materiais e técnicos e tem como objetivo o lucro, por meio da sua participação no mercado de bens e serviços (MAXIMIANO, 2007). Por outro lado, o conceito de entidade é visto como um organismo econômico integrado por elementos humanos, materiais e técnicos, destinando à produção de mercadorias e/ou serviços, sem objetivo de lucro para a entidade, com objetivos filantrópicos (religiosos, culturais, educativos, etc.) (MAXIMIANO, 2007). Entende-se que tanto as empresas quanto as entidades têm condições de desenvolver ações de RSE e que possam efetivamente contribuir para o desenvolvimento na comunidade em que estão inseridas, porém muitas vezes ficam apenas no campo do discurso teórico.

O conceito de RSE está relacionado a diferentes ideias. Para alguns, ele está associado à responsabilidade legal; para outros, pode significar um comportamento socialmente responsável no sentido ético; e ainda pode transmitir a ideia de contribuição social voluntária e associação a uma causa específica (CARROL, 1999). Trata-se de um tema complexo e dinâmico, com significados diferentes em contextos distintos.

Assim, o conjunto de definições que proferem o termo RSE parece surgir de várias percepções realizadas por indivíduos em relação à questão e da obrigação das empresas. Essas questões são derivadas de um amplo debate sobre o papel das organizações empresariais na sociedade (DERESKY, 2000; EPSTEIN e ROY, 2001; HAUGH, 2003; MAIGNAN et al, 2002; MAIGNAN e FERRELL, 2003; WOODWARD et al, 2001).

Com efeito, pesquisadores tentaram desenvolver modelos que ilustram as responsabilidades dos negócios com a sociedade. McAlister et al (2003), por exemplo, desenvolveram um modelo de governança corporativa que inclui filosofia estratégica, *stakeholders*, resultados e responsabilidades sociais. Já Swanson e Niehoff (2001) criaram um modelo de cidadania empresarial que gera uma distinção entre a administração executiva dos processos de cidadania, que avalia os comportamentos do empregado e de Cidadania Corporativa da empresa.

Todavia, apesar de existirem modelos para avaliar a RSE, ainda são escassos os que visam construir uma análise da atuação das empresas e entidades e se ações desenvolvidas por estas efetivamente contribuem para o desenvolvimento das comunidades em que estão inseridas. Uma questão não abordada na literatura sobre o

tema é uma análise crítica das ações realizadas pelas empresas e entidades – por vezes, talvez tão somente utilizadas como ferramenta de marketing corporativo. Assim, surge como indagação orientadora deste estudo a seguinte questão: as ações de Responsabilidade Social Empresarial das empresas e entidades são ações em prol do desenvolvimento da sociedade na qual se inserem vistos a partir de um novo modelo de avaliação?

Dito de outra forma, procurou-se avaliar se as ações das empresas e entidades são compatíveis com os modelos de avaliação da RSE e se são harmonizáveis com as concepções de desenvolvimento, não só no aspecto econômico, mas também e, principalmente, no aspecto social.

As empresas e entidades investigadas neste estudo foram selecionadas a partir das categorias de certificação e premiação do Prêmio de Responsabilidade Social Empresarial da Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul, criado pela Lei nº 11.440 de 18 de janeiro de 2000. A proposta do estudo não foi fazer uma avaliação do modelo utilizado pela Assembleia para certificar e premiar as empresas como socialmente responsáveis, apenas foi utilizado como critério de seleção das empresas e entidades objetos desse estudo.

Desse modo, a presente pesquisa objetivou analisar as ações de RSE das empresas e entidades certificadas e premiadas como socialmente responsáveis no Estado do Rio Grande do Sul no ano de 2012, pela Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul.

Os objetivos específicos desta pesquisa foram: (a) propor um modelo de avaliação das práticas de Responsabilidade Social Empresarial; (b) identificar as práticas realizadas pelas empresas e entidades certificadas pelo prêmio da Assembleia Legislativa estadual; (c) analisar as práticas de Responsabilidade Social Empresarial sob a óptica do desenvolvimento. O que se pretendeu com esse estudo foi verificar se as práticas das empresas e entidades condizem com a teoria sobre o tema e de que forma contribuem para o desenvolvimento local e regional.

2 DESENVOLVIMENTO E O PAPEL DO ESTADO

Segundo Hunt (2005), num primeiro momento o conceito de desenvolvimento estava associado ao conceito de crescimento econômico. Com isso, este conceito (crescimento econômico) desponta em 1776 com a publicação de “A Riqueza das Nações”, de Adam Smith, obra em que o autor estuda a formação da riqueza de uma nação, raciocinando sobre o funcionamento dos mercados e a relação da expansão dos mesmos para os ganhos de escala de produção, cujos custos médios seriam reduzidos e permitiriam gerar lucros. Para Smith (1776), um dos principais representantes da Escola Clássica¹ na economia, estes lucros ampliariam as possibilidades de emprego da mão-de-obra economicamente ativa, o que incrementaria a renda da população e, no longo prazo, levaria a uma redistribuição de renda entre o capital e o trabalho. Nesse caso, crescimento econômico é, para Smith, uma das principais condições para o alcance do desenvolvimento.

Porém, discussões de um conceito de desenvolvimento distinto de Smith começaram a serem realizadas por Schumpeter (1911), o qual atribuiu ao crescimento uma característica apenas expansiva, enquanto que o desenvolvimento somente

¹ Segundo Hunt (2005) a Escola Clássica é o nome dado à primeira escola moderna do pensamento econômico. A obra *A Riqueza das Nações* de Adam Smith é aceita como marco inaugural do pensamento clássico.

ocorreria na presença de inovações tecnológicas, por obra de empresários inovadores, financiados pelo crédito bancário.

Já para Keynes (1936), o desenvolvimento está ligado ao Estado como agente indispensável de controle da economia, com o objetivo de conduzir a um sistema de pleno emprego. A escola keynesiana se fundamenta no princípio de que o ciclo econômico não é autorregulado como pensam outros teóricos – Smith, 1776; Shumpeter, 1911 – uma vez que é determinado pelo ritmo dos empresários. É por esse motivo e pela incapacidade do sistema capitalista em conseguir empregar todos os que querem trabalhar, que Keynes defende a intervenção do Estado na economia para promover o desenvolvimento.

Furtado (1983) distingue os conceitos de crescimento e desenvolvimento da seguinte forma: o conceito de desenvolvimento compreende a ideia de crescimento, superando-o. Dessa forma, ele se refere ao crescimento de um conjunto de estrutura complexa. Essa complexidade estrutural não é uma questão de nível tecnológico, na verdade ela traduz a diversidade das formas sociais e econômicas engendrada pela divisão do trabalho social.

Nesse sentido, o conceito de Desenvolvimento, desde a década de 1940, vem evoluindo e deixando de ser um dado meramente quantitativo, ou seja, associado ao crescimento econômico, para assumir cada vez mais um caráter qualitativo. Assim, o que importa é deixar claro que desenvolvimento não se confunde com crescimento econômico, que constitui condição necessária, mas não suficiente (SACHS, 2004).

O conceito de Desenvolvimento passa por várias mudanças, pois as crises ambiental, econômica e social colocaram em xeque as noções generalizadoras e progressivas do desenvolvimento e do progresso. Essas crises e a evolução social das sociedades modernas no século XX esgotaram a força mobilizadora destas ideias (ESTEVA, 2000).

Do mesmo modo que as mudanças paradigmáticas, o desenvolvimento se agrega à evolução técnico-científica, observando que modelos de desenvolvimento compreendem valores éticos e culturais socialmente aceitos de modo que o mesmo se processa de forma distinta em diferentes ambientes, contextos, países, regiões, estados e cidades. Conforme Esteva (2000), o crescimento refere-se a um processo de mudanças de caráter predominantemente quantitativo, significando aumento em dimensão, volume ou quantidade, quer dizer, para que haja crescimento deve ocorrer um processo de mudanças de caráter predominantemente quantitativo, significando aumento em dimensão, volume ou quantidade.

Conforme apontado por Becker (1999), o desenvolvimento pressupõe a interação entre Estado e organizações. Santos (2006) destaca que o Estado passou por um processo de falência financeira nos vinte anos anteriores e por isso não conseguiu mais oferecer serviços públicos com qualidade e também não atender às demandas da sociedade civil cada vez mais complexas e variadas, trazendo prejuízos ao desenvolvimento social.

Por conta disso, enquanto o Estado apresentava sinais de falência, houve o florescimento de alternativas à prestação de serviços públicos, em sua maioria específicas em seu escopo e limitadas em sua abrangência, nas áreas de saúde, educação e assistência social, proporcionada por empresas, entidades, grupos sociais não institucionalizados, organizações da sociedade civil, ONGS (Organizações Não Governamentais), fundações privadas, entre tantas outras formas de organização que possuíam as características de serem, concomitantemente, não governamentais e não lucrativas (MELO e FROES, 2005).

Com efeito, segundo Melo e Froes (2005), o Estado começa a reconhecer que as empresas e entidades acumularam um capital de recursos, experiências e conhecimentos sobre formas inovadoras de enfrentamento dos assuntos sociais, que as qualificam como interlocutores e parceiros das políticas governamentais. O mercado, antes distante, para não dizer indiferente, às questões de interesse público, passa a ver a noção de RSE e passa a ver nas empresas e entidades sem fins lucrativos canais para concretizar o investimento do setor privado empresarial na área social, ambiental e cultural. A afirmação deste novo perfil, participante e responsável da sociedade brasileira, traduz-se na busca de novas formas de articulação entre governo, empresas e entidades, explicam Melo e Froes (2005). Com isso, a colaboração transtetorial assume os contornos de um desenho de geometria variável.

Dessa maneira, Melo e Froes (2005) reforçam que a RSE passa a ser um assunto que não pode faltar na agenda das empresas e entidades brasileiras, pois serve para preencher a exigência da competitividade empresarial e passa a exercer também tarefas até então de exclusividade do Estado, tais como a melhoria da qualidade de vida das comunidades e com reflexos para o desenvolvimento social. Ressalte-se que o alicerce para o desenvolvimento da RSE centra-se na compreensão do welfare state – o Estado de bem-estar social – e seu esgotamento total devido ao agravamento das desigualdades e demandas sociais não atendidas, com a revisão das funções do Estado (MELO e FROES, 2005).

Entendia-se que o Estado era o principal e único provedor de serviços para toda a população (universalismo), porém, observa-se que as demandas sociais, como, por exemplo, educação e saúde, cresceram e os problemas sociais, como falta de infraestrutura em escolas, creche e praças, violência, insegurança e analfabetismo, entre outros, ganharam nova complexidade e maior escopo (MELO e FROES, 2005). Frente a isso, o Estado no Brasil, sem recursos para investir na busca de soluções para as demandas sociais emergentes, entrou em crise.

Posto isso, empresas e entidades como parceiras do Estado podem participar ativamente por meio de ações efetivas de RSE, contribuindo para minimizar problemas sociais nas comunidades em que estão inseridas e, assim contribuir para o desenvolvimento social.

3 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Definições de Responsabilidade Social Empresarial podem ser reunidas em duas escolas de pensamento: a que argumenta que a empresa existe apenas para maximizar os lucros dentro dos limites da lei, observando mínimas restrições éticas (FRIEDMAN, 1970; LEVITT, 1958, MERCIER, 2003, MANNE, 2006, LIPOVETSKY, 1994) e a que tem sugerido uma ampla gama de obrigações (ANDREWS, 1973; CARROLL, 1979; EPSTEIN, 1987; FREDERICK, 1994 e WOOD, 1991).

Wood (1991) expandiu as ideias propostas por Bowen (1953) apresentando três princípios direcionadores da RSE: (1) empresas são organizações sociais e, portanto, são obrigadas a utilizar seu poder de forma responsável; (2) empresas são responsáveis pelos resultados de seu envolvimento com a sociedade; e (3) administradores são também agentes morais que devem exercitar a prudência no processo de tomada de decisão. Opondo-se a esta visão, Friedman (1970) afirma que as empresas possuem apenas uma RSE que é a maximização do lucro de seus proprietários. Essa visão de Friedman (1970) também é compartilhada por Mercier (2003), pois, do ponto de vista

do autor, a única responsabilidade social da empresa consiste em maximizar sua riqueza e de seus associados.

Na mesma linha de pensamento de Friedman (1970), Manne (2006) afirma que as empresas devem apenas ter a preocupação de gerar emprego e renda, além dos tributos que recolhe, ou seja, apenas a responsabilidade econômica na sociedade em que atua. Por outro lado, Lipovetsky (1994) acusa a RSE de manipuladora, pois joga com a opinião pública para as próprias finalidades e, também, é grandiosa, pois insiste sempre que é a melhor, ou seja, faz o melhor pela comunidade a qual está inserida.

Freeman (1984) foi o criador da Teoria dos Stakeholders que aborda a empresa e suas responsabilidades analisando os vários grupos que possuem interesse legítimo na empresa (seus stakeholders). Freeman (1984) afirma que as empresas não são administradas somente de acordo com os interesses dos seus acionistas, mas também de seus stakeholders, que são definidos como “qualquer grupo que possa afetar ou ser afetado pelo alcance dos objetivos organizacionais” (FREEMAN, 1984, p. 46). Freeman (1984) ressalta que a empresa deve atuar além dos seus interesses econômicos, deve atender aos interesses da comunidade.

Machado Filho (2006) acrescenta que a RSE se caracteriza hoje como um processo que envolve fatores importantes, como reputação, ética e governança, os quais devem ser considerados para viabilizar o engajamento das empresas e entidades no desenvolvimento de ações socialmente responsáveis, com fins de minimizar a exclusão social. No pensamento de Machado Filho (2006), a empresa/entidade que quer ser socialmente responsável deve manter abertos os canais de comunicação com clientes e consumidores como disponibilizar uma ouvidoria e/ou um serviço de atendimento ao consumidor para registro de sugestões e reclamações, por exemplo.

Segundo Machado Filho (2006), divulgar periodicamente o relatório social com informações socioambientais da empresa/entidade é outra característica de ser socialmente responsável. Outra opinião do autor é que o mínimo que se espera de uma organização é um bom atendimento e relacionamento com seu público alvo e respeito às empresas e entidades do mesmo setor, com políticas que combatam a concorrência desleal. Machado Filho (2006) comenta que a empresa/entidade que busca ser socialmente responsável deve proporcionar a prática de gestão compartilhada disponibilizando informações econômicas e financeiras para seus funcionários e também possibilitando aos mesmos participarem de comitês de gestão.

Conforme apresentado, as opiniões acerca da base e do escopo da RSE e até mesmo da interpretação do termo divergem consideravelmente. Em uma tentativa de categorizar as descrições disponíveis sobre RSE, Dahlsrud (2006) explorou as diferenças e semelhanças entre definições a partir de uma extensa revisão da literatura. O autor identificou cinco categorias ou dimensões nas quais as definições de RSE geralmente estão incluídas: ambiental, social, econômica, stakeholders e voluntária.

Quadro 1 – Cinco dimensões da RSE

Dimensões	Dimensão refere-se a	Exemplos
Ambiental	Ambiente natural	“um ambiente mais limpo” “supervisão ambiental” “interesses ambientais nas operações comerciais” “Palestras de conscientização ambiental para o público interno”
Social	Relação entre negócio e sociedade	“contribuir para uma sociedade melhor” “integrar interesses sociais com operações comerciais” “considerar o impacto nas comunidades”

Econômica	Aspectos socioeconômicos ou financeiros, incluindo a descrição da RSE, em termos de operações comerciais	“contribuir para o desenvolvimento econômico” “preservando a rentabilidade” “operações comerciais”
Stakeholder	<i>Stakeholders</i> ou grupos de <i>stakeholders</i>	“interação com seus <i>stakeholders</i> ” “como as organizações interagem com seus empregados, fornecedores, clientes e comunidades”
Voluntariado	Ações não prescritas pela lei	“tratando os <i>stakeholders</i> da empresa” “baseado em valores éticos” “além das obrigações legais” “voluntário”

Fonte: Dahlsrud (2006, p.4)

A análise de tais interpretações demonstrou que elas são, em sua maioria, congruentes, refletindo que a confusão não está tanto na definição, mas sim em como a RSE é construída socialmente dentro de um contexto específico. No entanto percebe-se uma falta de operacionalidade dessas dimensões.

As definições de RSE parecem convergir para a ideia de que empresas e entidades tomam a decisão de se comprometer com questões sociais e ambientais e vão além das suas obrigações legais. A Comissão da Comunidade Europeia, segundo Walsch, Weber e Margolis (2003), trata a RSE como um conceito pelo qual empresas integram questões sociais e ambientais às operações de negócio e nas suas interações com seus *stakeholders* de forma voluntária. Para a Comissão da Comunidade Europeia, empresas e entidades que adotam processos de RSE decidem atuar além dos requisitos e obrigações legais mínimos advindos de acordos coletivos, passando a abordar as necessidades sociais.

Walsch, Weber e Margolis (2003, p. 862) definem a RSE de forma semelhante:

A Responsabilidade Social Empresarial é o compromisso em contribuir com o desenvolvimento econômico sustentável, envolvendo funcionários, suas famílias, a comunidade local e a comunidade em geral para melhorar suas vidas, na medida em que são boas para o desenvolvimento do negócio.

Logo, o debate com relação à definição de RSE tem sido baseado principalmente em duas questões principais (CRANE e MATTEN, 2004): (1) por que pode ser argumentado que empresas têm tanto responsabilidades financeiras, quanto sociais? (2) qual é a natureza dessas responsabilidades sociais? A compreensão dessas duas questões tem levado a pesquisas sobre o tema e pontua diferentes visões de empresas e entidades e suas responsabilidades.

Além de conhecer as concepções teóricas de RSE, também é relevante entender os aspectos que estão explicitados em suas ações.

3.1 Perspectivas corporativas da Responsabilidade Social Empresarial: processos e motivações relacionadas ao desenvolvimento

Alguns estudos têm sido conduzidos com esse objetivo, examinando que aspectos são priorizados ou enfatizados por empresas quando definem RSE. Aupperle et al (1985) conduziram um dos primeiros estudos usando um construto para definição de RSE, operacionalizando o modelo de Carroll (1979). Os integrantes da pesquisa confirmaram a responsabilidade econômica como sua maior prioridade, seguida pelos componentes legais, éticos e discricionários da RSE. Cowton (1987) afirmou que o componente econômico continuou a ser enfatizado no Reino Unido, sendo a produção

de bens e serviços e a obediência à lei as principais responsabilidades enfatizadas pelas empresas.

Foram analisados por Weber (2008) os benefícios que podem ser gerados nas empresas a partir da adoção de práticas socialmente responsáveis às comunidades nas quais se instalam. O autor destaca que práticas sociais como, por exemplo, participar de comissões e grupos de trabalho relacionados à sua atividade e também desenvolver oficinas de orçamento familiar e educação financeira são bem vistas pelos stakeholders. Weber (2008) desenvolveu uma abordagem que permite às empresas avaliar o seu caso específico de negócios, a fim de favorecer a construção de um projeto de RSE e facilitar sua implementação.

Para Weber (2008), cinco principais benefícios podem ser identificados a partir de uma investigação sobre as ações socialmente responsáveis: (1) efeitos positivos sobre a imagem da empresa/entidade e sua reputação; (2) efeitos positivos sobre a motivação dos funcionários, bem como em sua retenção e recrutamento; (3) redução de custos; (4) aumento das receitas provenientes das vendas e aumento do market-share; e (5) redução dos riscos ambientais e de gestão. Weber (2008) destaca que a empresa/entidade quando interage com a comunidade e com seus funcionários, por meio de ações sociais, em projetos próprios ou de terceiros ou disponibiliza material para os mesmos, participa de projetos governamentais por meio da participação de seus funcionários, recursos técnicos e financeiros, constrói uma imagem positiva e com isso traz vários benefícios a ela (WEBER, 2008).

Ao analisar as motivações que subjazem a aceitação de responsabilidades empresariais, O'Dwyer (2003) identifica três bases que se interseccionam parcialmente: autointeresse proativo, autointeresse reativo e obrigações/responsabilidades. Swanson (1995) delinea três principais motivações para empresas desenvolverem atividades de RSE. Primeiro, numa perspectiva utilitarista, empresas podem perceber a RSE como ferramenta para atingir seus objetivos em termos de retorno de investimento, volume de vendas ou lucratividade.

A segunda motivação vem da 'abordagem da responsabilidade negativa', na qual empresas são obrigadas a adotar processos de RSE para se conformarem às normas advindas dos stakeholders. Terceiro, as empresas podem adotar uma 'visão da responsabilidade positiva' e assumirem postura de automotivação sobre o impacto positivo na sociedade e meio ambiente, independente de pressões sociais.

Quando seguem uma visão da responsabilidade negativa, as empresas usam iniciativas de RSE como instrumentos de legitimação para mostrar concordância a normas e expectativas de stakeholders, enquanto que uma visão da responsabilidade positiva implica que organizações têm princípios da RSE como componentes da identidade da empresa. Hooghiemstra (2000) afirma que ambas as perspectivas, utilitarista e de responsabilidade negativa, sugerem que a RSE pode ser utilizada por empresas como uma ferramenta para influenciar as percepções dos stakeholders.

As ideias propostas por Swanson (1995) foram utilizadas em outros estudos (Silberhorn e Warren, 2007; Maignan e Ralston, 2002) para categorizar a motivação das empresas em participar de atividades de RSE direcionadas a valores, a stakeholders e à performance, que corresponderam, respectivamente, às abordagens de responsabilidade positiva, responsabilidade negativa e utilitarista. Além desses princípios gerais de motivação, O'Dwyer (2003) argumenta que empresas vindas de setores de alto impacto ambiental são levadas a reagir mais a pressões externas e, por isso, enfatizam mais a preservação ambiental, sendo que tal pressão geralmente aumenta quando regulada pela legislação e também no desenvolvimento sustentável do ambiente em que está inserida.

3.2 O Modelo de Silberhorn e Warren

Daniel Silberhorn e Richard C. Warren são autores que vêm trabalhando com o tema Responsabilidade Social Empresarial há mais de uma década. A partir do aperfeiçoamento de outros modelos, investigam a RSE em diversos países e o modelo proposto pelos autores é dividido em dois grandes grupos: Princípios de RSE e Processos de RSE.

Conforme Silberhorn e Warren (2007), os princípios motivadores da RSE direcionados por valores compreendem uma parte da estratégia da empresa/entidade e é apresentada como construto da cultura e dos valores corporativos. Em relação aos processos de RSE, Silberhorn e Warren (2007) descrevem um conjunto de variáveis e indicadores.

Nessa direção, dentre as variáveis e indicadores estão: administração do impacto ambiental – a empresa/entidade realiza atividades, tem um responsável pelo setor, atua em comitês ou comissões da área, com o objetivo de atenuar o impacto negativo das atividades produtivas no meio ambiente; gestão de riscos no meio ambiente – a empresa/entidade apresenta atividades de gestão de riscos com o objetivo de evitar qualquer tipo de acidente que possam ser ocasionados por ela ao meio ambiente; controle dos impactos no meio ambiente – a empresa/entidade demonstra preocupação com a preservação do ambiente geral e das comunidades onde opera em função dos impactos que os processos ou serviços que realiza podem causar.

Outras variáveis e indicadores utilizados por Silberhorn e Warren (2007) são: produtos e serviços socialmente responsáveis – a empresa/entidade oferece produtos ou serviços socialmente responsáveis como, por exemplo, com a utilização de recursos renováveis nos mesmos, aos clientes como parte de seu portfólio de produtos ou serviços; qualidade: a empresa/entidade fornece o alcance de alto padrão de qualidade nos produtos e serviços como forma de comprometimento com os clientes; confidencialidade de dados – a empresa/entidade demonstra preocupação com a confidencialidade de dados de clientes; comunicação com consumidores e clientes – a empresa/entidade expõe atividades relacionadas à comunicação, além do que rege o código de defesa do consumidor por meio de atualização do seu material como embalagens e instruções de uso para seus consumidores e clientes. Segundo os autores, empresas e entidades que primam pela RSE devem manter uma comunicação clara com seus clientes e consumidores.

No modelo de Silberhorn e Warren (2007) existem as variáveis e indicadores: qualidade e bem estar das interessadas – a empresa /entidade expressa sua dedicação na melhoria da qualidade e bem-estar da comunidade em que opera ou da sociedade como um todo pelo engajamento e diálogo com as partes interessadas por meio de pesquisas, canais de comunicação internos e externos entre outros; direitos humanos – a empresa/entidade demonstra preocupação por questões de direitos humanos nas comunidades em que opera; igualdade de oportunidades – a empresa/entidade expressa seu comprometimento em oferecer as mesmas oportunidades de recrutamento e promoção a todos os funcionários, independente da raça, sexo, idade ou limitação física; prática de RSE com fornecedores – a empresa/entidade apresenta questões de RSE relacionadas a fornecedores como boas condições de trabalho e ausência de trabalho infantil em seus processos de trabalho ou exige que os fornecedores possuam as certificações ISO 14.000 e SA8000. Para os autores,

estabelecer critérios para fornecedores e parceiros é essencial para uma empresa/entidade que busca ser socialmente responsável.

Presente no modelo de Silberhorn e Warren (2007) também há variáveis e indicadores como impacto na sociedade – a empresa/entidade tem preocupação com o impacto na sociedade em que está inserida participando na discussão de problemas comunitários e no encaminhamento de soluções; organização independente de RSE – a empresa/entidade cria e mantém organizações tais como institutos ou fundações, com o objetivo de realizar atividades de RSE; e relações com a comunidade – a empresa/entidade mantém relações com as instituições que compõe a sociedade local.

Um último grupo definido pelos autores constitui as seguintes variáveis: cidadania – a empresa/entidade contribui para a formação da cidadania por meio de palestras trabalhando a questão dos direitos e deveres dos cidadãos na comunidade onde estão inseridas; doações – a empresa/entidade possui critérios para contribuição de campanhas políticas; educação – a empresa/entidade apresenta seu apoio a atividades direcionadas à melhoria das oportunidades educacionais e da qualidade da educação recebida pelo público externo à empresa; arte e cultura – a empresa/entidade apoia organizações, atividades, indivíduos ligados à cultura e arte nacionais. Conforme os autores, o voluntariado das empresas/entidade nas comunidades é importante para o atendimento de demandas pontuais e inesperadas.

4. ASPECTOS METODOLÓGICOS

Na primeira fase desta pesquisa realizou-se um levantamento bibliográfico para a construção do modelo proposto, bem como a fundamentação teórica pertinente ao objetivo e à questão metodológica.

Nesse sentido, a partir de Dahlsrud (2006) e Silberhorn e Warren (2007), explicitados no referencial teórico e das teorias sobre RSE elencadas buscou-se construir uma nova proposta de avaliação das práticas de RSE nas empresas e entidades que contemple questões não abordadas por esses autores, conforme pode ser visto no quadro 2.

Para operacionalização desta proposta, ou seja, para a avaliação das práticas de RSE nas empresas e entidades, a partir das dimensões do modelo de Dahlsrud (2006) e das variáveis e indicadores de Silberhorn e Warren (2007), definiram-se cinco dimensões, sendo que para cada dimensão foram elencados quatro indicadores, somando ao final vinte indicadores (quadro 2). Para cada dimensão, os indicadores são avaliados por escores de 0 a 3 cada indicador, conforme o nível de presença na empresa e/ou organização objeto do estudo.

Levando em consideração o somatório do conjunto de indicadores em cada dimensão para cada empresa e/ou entidade, pode-se chegar a uma pontuação máxima de 60 pontos (5 dimensões x 12 pontos no máximo em cada dimensão). A partir da soma dos pontos em cada empresa e/ou organização tem-se a seguinte classificação: pontuação entre 0 e 15 pontos – ausência de RSE; entre 16 e 31 pontos – RSE baixa; entre 32 e 47 pontos – RSE moderado e pontuação entre 48 e 60 pontos, nível de RSE alta.

Quadro 2 – Síntese teórica do modelo proposto

Dimensão	Indicador	Fonte
Ambiental	Administração do Impacto Ambiental	Silberhorn e Warren (2007)
	Controle dos Impactos no Meio Ambiente	Silberhorn e Warren (2007)
	Educação Ambiental	Dahlsrud (2006)
	Entrada e Saída de Materiais	Dahlsrud (2006)
Econômica	Produtos e Serviços Socialmente Responsáveis	Silberhorn e Warren (2007)
	Comunicação com Consumidores e Clientes	Silberhorn e Warren (2007)
	Atendimento e Relacionamento com Consumidores e Clientes	Machado Filho (2006)
	Empresas do Mesmo Setor	Machado Filho (2006)
Stakeholders	Qualidade e Bem-Estar das Partes Interessadas	Silberhorn e Warren (2007)
	Fornecedores	Silberhorn e Warren (2007)
	Gestão Compartilhada	Machado Filho (2006)
	Relatório Social	Machado Filho (2006)
Social	Impacto na Sociedade	Silberhorn e Warren (2007)
	Relações com a Comunidade	Silberhorn e Warren (2007)
	Projetos Sociais Governamentais	Weber (2008)
	Ação Social	Weber (2008)
Voluntariado	Cidadania	Silberhorn e Warren (2007)
	Doações	Silberhorn e Warren (2007)
	Atuação	Weber (2008)
	Educação Financeira	Weber (2008)

Fonte: elaborado pelos autores

Assim, na segunda fase, realizou-se o estudo documental e entrevistas com os administradores e encarregados das empresas e entidades selecionadas. Ao todo participaram desta pesquisa 19 organizações, sendo 9 empresas e 10 entidades, selecionadas a partir das empresas que foram premiadas e/ou certificadas pelo Prêmio de Responsabilidade Social Empresarial da Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul no ano de 2012. A partir disso, os dados coletados foram analisados segundo o modelo proposto no estudo.

5. A Responsabilidade Social Empresarial nas empresas e entidades premiadas pela Assembleia Legislativa do Rio Grande do Sul em 2012

Nesta seção é apresentado de que maneira as empresas e entidades abordam o tema Responsabilidade Social Empresarial. Nesse sentido é apresentada a pontuação atingida pelas empresas e entidades que foram objeto do estudo a partir do modelo proposto (quadros 3 e 4). Também são explanados os principais resultados e contribuição do estudo.

Conforme exposto anteriormente, foram objeto do estudo nove empresas certificadas e/ou premiadas pelo Prêmio de Responsabilidade Social da Assembleia Legislativa do Estado do Rio Grande do Sul no ano de 2012. Nesse sentido no quadro 3 é apresentada a pontuação alcançada pelas empresas, por dimensão, assim como o somatório total de cada uma.

Quadro 3 – Resultados das Empresas por Dimensão

Indicadores	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9
Dimensão Ambiental									
Impacto Ambiental	3	2	1	1	1	3	2	1	1
Educação Ambiental	1	2	2	1	1	3	1	1	1
Entrada e Saída Mat.	2	1	1	1	1	2	1	1	1
Controle Impacto Amb.	2	2	1	1	1	2	1	1	1
Dimensão Econômica									
Comunicação	1	1	1	1	1	2	1	2	1
Atendimento	1	1	1	1	1	1	1	3	2
Empresas do Setor	1	2	1	1	1	2	1	1	1
Produtos/Serviços	2	1	1	1	0	1	1	1	1
Dimensão Stakeholder									
Qualidade/Bem-Estar	1	2	1	1	2	1	1	1	1
Gestão Compartilhada	1	1	2	1	1	1	2	1	1
Relatório Social	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Fornecedores	1	1	1	1	2	1	1	1	1
Dimensão Social									
Impacto na Sociedade	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Relações Comunidade	1	1	2	2	1	2	1	2	1
Projetos Sociais	1	1	0	1	1	1	1	1	1
Ação Social	0	1	1	1	1	1	1	1	2
Dimensão Voluntariado									
Cidadania	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Doações	0	0	1	0	1	1	0	1	1
Atuação	1	0	1	2	2	2	1	0	2
Educação Financeira	0	1	0	0	0	0	1	0	1
Pontuação Total	21	22	21	20	21	29	20	22	22

Fonte: Elaborado pelos autores.

Conforme pode ser observado, apenas as empresas 1, 6 e 8 atingiram a pontuação máxima (3) e ainda assim em poucos indicadores. A empresa 1 atingiu a pontuação máxima no indicador impacto ambiental, que se refere à dimensão ambiental. A empresa 6 atingiu a pontuação 3 nos indicadores impacto ambiental e educação ambiental que se referem também à dimensão ambiental. Já a empresa 8 obteve a pontuação 3 no indicador atendimento, que se refere à dimensão econômica.

Observa-se ainda que as demais seis empresas, assim como as empresas 1, 6 e 8, obtiveram uma pontuação abaixo de 3 nos demais indicadores. Em alguns casos não pontuaram, como por exemplo, as empresas 2, 3, 4 e 7, no indicador cidadania, que se refere à dimensão voluntariado. Cabe salientar também que nenhuma empresa alcançou a metade do score máximo proposto no modelo do estudo, que qualificaria a empresa como tendo uma alta presença de RSE. A empresa 6 foi a que atingiu a pontuação mais alta, 29 pontos, estando, portanto, num nível considerado baixo de RSE.

Destaca-se ainda que, das nove empresas, sete desenvolvem práticas de RSE superficiais com pouca interação e ação entre a empresa e a sociedade. Acredita-se que, por desenvolver ações sociais superficiais e pouco efetivas, podem estar minimizando o potencial de contribuição de crescimento das empresas para a região em que estão inseridas e, por conseguinte, com poucos reflexos para o desenvolvimento, pois, segundo Becker (1999), o desenvolvimento compreende ações interativas e efetivas entre países, estados, instituições, organizações, empresas, entidades representativas da sociedade e pessoas.

Ressalte-se também que três das nove empresas objeto de estudo têm um encarregado pela área de RSE e ambiental, com um discurso de serem empresas que estão preocupadas e engajadas efetivamente com as questões sociais e ambientais.

Porém, observa-se que as ações desenvolvidas por essas empresas e as outras ficam no campo das obrigações legais e não em ações sociais propriamente ditas.

Para Freeman (1984) e Drucker (1992), espera-se que, no mínimo, as empresas cumpram suas obrigações legais. Nesse sentido, muitos empresários tendem a confundir, em se tratando de legislação, a observância do Código de Defesa do Consumidor, na empresa, com responsabilidade social.

Por outro lado, há duas empresas que desenvolvem ações mais avançadas, como, por exemplo, na dimensão ambiental, isso porque desenvolvem projetos ecológicos na comunidade, realizam coleta seletiva de lixo internamente e promovem capacitação sobre o tema para os funcionários. Tais práticas de RSE podem auxiliar modestamente no desenvolvimento sustentável e, com isso, ter poucos reflexos no desenvolvimento local.

Além das empresas também foram analisadas 10 entidades sem fins lucrativos que fazem parte das organizações certificadas e premiadas pela Assembleia Legislativa. Tanto as empresas como as entidades assumem um papel importante na sociedade como agentes ativos e efetivos no atendimento das necessidades locais. Cabe destacar que as entidades, na sua função, cumprem muito bem seu papel, o que, no entanto, não as exime de desenvolver outras ações de RSE nas comunidades onde estão inseridas. A pontuação atingida pelas entidades objeto da pesquisa, por dimensão e soma total, pode ser visualizada no quadro 4.

Quadro 4 – Resultados das Entidades por Dimensão

Indicadores	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10
Dimensão Ambiental										
Impacto Ambiental	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1
Educação Ambiental	1	1	1	2	1	3	1	1	1	1
Entrada e Saída Mat.	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1
Controle Impacto Amb.	2	1	0	2	0	2	0	1	1	1
Dimensão Econômica										
Comunicação	1	1	1	1	1	3	2	1	1	2
Atendimento	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Empresas do Setor	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Produtos/Serviços	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1
Dimensão Stakeholder										
Qualidade/Bem-Estar	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
Gestão Compartilhada	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Relatório Social	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Fornecedores	1	1	1	3	1	1	1	1	1	2
Dimensão Social										
Impacto na Sociedade	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Relações Comunidade	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3
Projetos Sociais	1	0	0	0	0	1	2	0	0	1
Ação Social	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2
Dimensão Voluntariado										
Cidadania	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1
Doações	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Atuação	0	1	2	1	1	1	2	1	2	2
Educação Financeira	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Pontuação Total	21	17	16	24	17	26	18	18	22	23

Fonte: elaborado pelos autores.

Percebe-se no quadro acima que apenas as entidades 1, 4, 6 e 10 atingiram a pontuação máxima (3) e somente em alguns indicadores. A entidade 1 atingiu a pontuação 3 no indicador atendimento, que se refere à dimensão econômica. Já a entidade 4 obteve a pontuação máxima no indicador fornecedores, que se refere a dimensão stakeholder. Porém a entidade 6 atingiu a pontuação máxima nos indicadores impacto ambiental e educação ambiental, que se referem à dimensão ambiental e também no indicador comunicação, que se refere à dimensão econômica. Já a entidade 10 obteve pontuação máxima no indicador relações com a comunidade, que se refere à dimensão social.

As demais seis entidades, assim como as entidades 1, 4, 6 e 10, obtiveram pontuação abaixo de 3 nos demais indicadores e em alguns casos não pontuaram, como, por exemplo, as entidades 2, 3, 5 e 7 no indicador educação financeira social, que se refere à dimensão voluntariado.

Observa-se ainda que nenhuma entidade – como ocorreu com as empresas – alcançou a metade do escore máximo proposto no modelo do estudo, que qualificaria a entidade como tendo uma alta presença de RSE. A entidade 6 foi a que atingiu a pontuação mais alta, 26 pontos, estando num nível considerado baixo de RSE.

Cabe salientar também que as entidades desenvolvem poucas práticas de RSE. Na maioria delas, são ações superficiais, pouco avançadas e se direcionam basicamente para o cumprimento legal, ou seja, respeito à legislação sobre determinadas áreas, como a ambiental. Apesar de quatro das dez entidades que participaram da pesquisa terem um setor e um encarregado/responsável pela área social e ambiental e que, teoricamente, estão envolvidas em ações socioambientais, não é isso que ocorre, pois, suas ações, em grande parte, também ficam no campo das obrigações legais, demonstrando, assim, uma contradição entre o que teoricamente discursam fazer – ações de RSE – e o que na prática efetivam.

Cabe destacar que em duas entidades foram encontradas ações pontuais, como uma que tem em sua política de contratação de fornecedores a não utilização de mão de obra escrava e infantil e outra entidade, que possui maior destaque na dimensão ambiental, que promove palestras e reuniões para funcionários sobre a necessidade de utilizar recursos como energia, água e papel de forma racional e sustentável sem comprometer o serviço prestado. Porém, essas ações contribuem muito pouco para o crescimento equilibrado e, em virtude disso, para o desenvolvimento sustentável.

Apesar de praticarem ações de RSE pontuais e pouco desenvolvidas, percebe-se, nas análises dos relatórios e entrevistas, que as empresas e entidades têm potencial para atuarem com mais avanço e colaborar com mais eficácia no atendimento das demandas sociais nas quais estão inseridas. Outra crítica que se faz necessária é que apenas duas entidades forneceram dados como o faturamento bruto e apenas uma o percentual do faturamento investido em RSE.

Por fim, a principal contribuição do estudo é o modelo proposto. Ao avaliar as práticas de RSE por meio do modelo elaborado para o estudo, percebe-se que as empresas e entidades entendem e/ou confundem obrigação legal com responsabilidade social. No pensamento de Matias (1999), o cerne da questão é não confundir obrigatoriedade com responsabilidade social, pois cumprir o que determina a lei é o mínimo que um cidadão comum deve fazer. No mesmo caso, aplica-se às empresas e entidades, isto é, ser socialmente responsável é despertar a consciência de que se pode fazer muito mais do que o trivial.

6 CONCLUSÃO

Durante a investigação avaliaram-se diversas teorias sobre o tema desta pesquisa, ações de Responsabilidade Social Empresarial. Neste sentido, o estudo foi orientado para a proposição de um modelo que permita avaliar as ações de RSE de empresas e entidades.

Assim, avaliando os relatórios disponibilizados pelas empresas e entidades e entrevistando os responsáveis pela área de responsabilidade social, verificou-se que as práticas de RSE desenvolvidas por elas são, em grande parte, ligadas ao cumprimento das questões legais, como, por exemplo, respeitar a legislação ambiental e disponibilizar o Código de Defesa do Consumidor em suas dependências. Outra característica das práticas de RSE realizadas é que elas estão aquém do que realmente pode ser realizado, salvo alguns casos pontuais que se encontram em estágio de desenvolvimento mais avançado, como o tratamento de resíduos e palestras de educação ambiental para os funcionários, assim como a interação em vários projetos da comunidade. A partir disso, percebe-se que as práticas desenvolvidas pelas empresas pouco ou quase nada contribuem para o atendimento das necessidades locais onde estão inseridas e, de fato, para o seu desenvolvimento.

Não diferente das empresas, vê-se que as atuações avançadas das entidades se concentram também em questões como coleta seletiva de lixo e palestras para funcionários sobre educação ambiental. Outra característica de RSE desenvolvida pelas entidades é que estão aquém do que realmente pode ser realizado pelas mesmas, concentrando as ações de RSE no cumprimento das questões legais. Assim como ocorre com as empresas, muitas das entidades que foram certificadas e premiadas pelo prêmio da Assembleia Legislativa não desenvolvem ações de RSE no cotidiano, não contribuindo, dessa forma, para o desenvolvimento como um todo.

Observou-se ainda que grande parte das empresas e entidades desenvolvem práticas de RSE basicamente no cumprimento da legislação, que, no pensamento de Freeman (1984), cumprir a legislação é o mínimo que se espera de uma organização. Destaca-se que as ações com mais avanços estão relacionadas à área ambiental e em outro caso pontual como, por exemplo, participação em projetos comunitários.

Por outro lado, ao relacionar a RSE feita pelas empresas e entidades pesquisadas com desenvolvimento, percebe-se que essas encontram-se em um nível considerado pouco avançado. Acredita-se que essa característica encontrada nas empresas e entidades, de não apresentarem realizações de RSE com maior propriedade, possa estar relacionada ao desconhecimento do tema e, também, por ser um conceito que ainda está em construção, apesar de já ter sido objeto de inúmeras pesquisas no meio acadêmico.

O modelo proposto, ao revisar e incorporar as discussões da literatura em dimensões possíveis de avaliação a partir dos relatórios e documentos oficiais publicizados pelas empresas e entidades, permitiu verificar que muitas das empresas e entidades pesquisadas, apesar de terem sido certificadas e premiadas pelo Prêmio de Responsabilidade Social da Assembleia Legislativa na edição de 2012, tendem a confundir ações de responsabilidade social com obrigações mínimas que são esperadas das empresas e entidades. A partir disso, fica claro que a RSE não só tem o cunho de cumprir obrigações legais, mas também precisa avançar na interação com a sociedade e comunidade onde está inserida, como, por exemplo, no atendimento de necessidades e demandas sociais que vão permitir maior qualidade de vida para a população; enfim,

ações que possam efetivamente contribuir para o crescimento e desenvolvimento local e regional.

Retomando o título do estudo, conclui-se que, em relação à Responsabilidade Social Empresarial, as empresas e entidades pesquisadas, em sua maioria, não contribuem efetivamente para o desenvolvimento nas comunidades onde estão inseridas. Nesse sentido, percebe-se que o desenvolvimento das regiões em que as empresas e entidades atuam também não é promovido pelas mesmas.

O modelo proposto apresenta uma nova ferramenta de aferição das práticas reportadas, indo além de questões subjetivas e/ou apenas de marketing institucional, trazendo elementos e formas objetivas de aferição das práticas de RSE e espera-se que este estudo sirva de incentivo para outras pesquisas sobre o tema, replicando o estudo com outras amostragens, validando seu construto e aperfeiçoando-o, pois esta foi sua primeira operacionalização e diferentes contextos poderão trazer novas dimensões a serem incorporadas na análise.

REFERÊNCIAS

ANDREWS, K. Can The Best Corporations Be Made Moral? *Harvard Business Review*, p. 57-64, mai./jun. 1973.

AUPPERLE, K. et al. An empirical investigation between corporate social responsibility and profitability. *Academy of Management Journal*, Champaign, v. 28, n. 3, p. 446-463, jul./sep. 1985.

BECKER, D. F. (org.). *Desenvolvimento sustentável - necessidade ou possibilidade?* 2. ed. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 1999.

BETTO, F. RSE nas Empresas. 2001. In: *América Latina em Movimento*. Disponível em: < <http://alainet.org/active/1250&lang=es>>. Acesso em: 08 mar. 2010.

BOWEN, H. *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper & Row, 1953.

CAVALCANTI, C. Meio ambiente, Celso Furtado e o desenvolvimento como falácia. *Ambiente & Sociedade*, São Paulo, v.5, n.2, p.73-84, ago./dez. 2002.

CARROLL, A Corporate social responsibility. *Business and Society Review*, v.28, n.3, sept. 1999.

_____ A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, Mississipi, v. 4, n. 4, p. 497-505, oct./dec. 1979.

COWTON, C. Corporate philanthropy in the United Kingdom. *Journal of Business Ethics*, Dordebrecht, v. 6, p. 553-558, 1987.

CRANE, A.; MATTEN, D. *Business ethics: A European perspective*. New York: Oxford University Press, 2004.

DAHLSTRUD, A. How Corporate Social Responsibility is defined: an Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. In press, 2006.

DERESKY, H. *International Management: Managing Across Borders and Cultures*. New Jersey: Prentice Hall Inc., 2000.

DRUCKER, Peter. *Administrando para o futuro: os anos 90 e a virada do século*. 2ed. São Paulo: Pioneira Editora, 1992.

EPSTEIN, M.; ROY, M. Sustainability in Action: Identifying and Measuring the Key Performance Drivers. *Long Range Planning*, v. 34, p. 585-604, 2001.

EPSTEIN, E. The corporate social policy process: beyond business ethics, corporate social responsibility and corporate social responsiveness. *California Management Review*, v. 29, n. 3, p. 99-114, 1987.

ESTEVA, G. "Desenvolvimento". In: SACHS, Wolfgang. (Org.) *Dicionário do Desenvolvimento. Guia para o Conhecimento como Poder*. Petrópolis. Editora Vozes, 2000.p.59-83.

FREDERICK, W. C. From CSR1 to CSR2. *Business and Society*. v. 33, n. 2, p.150-164, aug. 1994.

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

FRIEDMAN, M. The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, v. 17, n. 6, p. 595-612, 1970.

FURTADO, C. *Teoria e Política do Desenvolvimento Econômico*. 8ª ed. São Paulo: Ed. Nacional, 1983.

HAUGH, R. Getting the Attention of Big Pharma. *Hospitals & Health Networks*, v. 77, n. 10, p. 44- 58, 2003.

HOOGHIEMSTRA, R. Corporate communication and impression management - new perspectives why companies engage in corporate social reporting. *Journal of Business Ethics*, Dordebrecht, v. 25, p. 55-68, 2000.

HUNT, E. K. *História do Pensamento Econômico*. Rio de Janeiro. Editora Campus. 3ª Edição, 2005.

KEYNES, J. M. *The general theory of employment, interest and money*. New York: Harcourt, Brace and World, 1936.

LA ROVERE, E. L. *A Sociedade Tecnológica, a Democracia e o Planejamento*. IV Simpósio Estadual sobre a Universidade e o IMeio Ambiente, 1990.

LEVITT, T. The dangers of social responsibility. *Harvard Business Review*, v. 36, n. 5, p. 41-50, 1958.

LIPOVETSKY, G. (1994), *O Crepúsculo do Dever. A Ética indolor dos novos tempos democráticos* (trad. port.), Lisboa, Publicações Dom Quixote.

MCALISTER, D. et al. *Business and Society: A Strategic Approach to Corporate Citizenship*. Boston: Houghton Mifflin Company, 2003.

MACHADO FILHO, C. *SER e governança: o debate e as implicações*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2006.

MAIGNAN, I et al. Managing Socially Responsible Buying: How to Integrate Non-Economic Criteria into the Purchasing Process. *European Management Journal*, v. 20, n. 6, p. 641–648, 2002.

MAIGNAN, I.; FERRELL, O. Nature of Corporate Responsibilities: Perspectives from American, French, and German Consumers. *Journal of Business Research*, v. 56, p. 55–67, 2003.

MAIGAN, I.; RALSTON, D. Corporate social responsibility in Europe and the US: insights from businesses' self presentations. *Journal of International Business Studies*, Columbia, v. 33, n. 3, p. 497-514, may/jun. 2002.

MANNE, H. G. (2006), «Milton Friedman was right. 'Corporate social responsibility' is bunk» in *Wall Street Journal*(24 de Novembro).

MATIAS, A.J. A responsabilidade das empresas. *Gazeta Mercantil*, Seção Opinião, p. A-2,30 de set. 1999.

MAXIMIANO, A. C. A. *Teoria Geral da Administração: da Revolução Urbana à Revolução Digital*. São Paulo: Atlas, 2007.

MELO F.; FROES, C. *SER e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

MERCIER, S. *A Ética nas Empresas*. Porto: Ed. Afrontamento, 2003.

O'DWYER, B. Conceptions of Corporate Social Responsibility: The nature of managerial capture. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, v. 16, n. 4, p. 523-557, 2003.

SACHS, I. *Ecodesenvolvimento: Crescer sem destruir*. São Paulo: Vertice, 1986.

_____. *Desenvolvimento: includente, sustentável, sustentado*. Rio de Janeiro: Garamond, 2004.

SANTOS, B. S. A reinvenção solidária e participativa do Estado. Seminário Internacional Sociedade e Reforma do Estado. *Anais*. Brasília: Mare, 2006. Disponível em <<http://www.mare.gov.br>>. Acesso em 28 de junho 2012.

SCHUMPETER, J. A. *Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, credito, juro e o ciclo econômico* (1911). São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SILBERHORN, D.; WARREN, C. Defining Corporate Social Responsibility: a view from big companies in Germany and the UK. *European Business Review*, Bradford, v. 19, n. 5, p. 252-372, sep./oct. 2007.

SMITH, A. *A Riqueza da Nações*. São Paulo. Abril Cultural (Os Economistas). (1776) 1983.

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

_____.; NIEHOFF, B. Business Citizenship Outside and Inside Organisations. In: ANDRIOF, J.; MCINTOSH, M. (eds.). *Perspectives on Corporate Citizenship*. Sheffield: Greenleaf Publishing Limited, p. 104-116, 2001.

WALSH, J.; WEBER, K.; MARGOLIS, J. Social issues and management: our lost cause found. *Journal of Management*, Stillwater, v. 29, n.6, p. 859-81, nov./dec. 2003.

WEBER, M. The business case for corporate social responsibility: A company-level measurement approach for CSR. *European Management Journal*, v. 26, p. 247-261, 2008.

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

WOODWARD, D., et al. Some Evidence on Executives: Views of Corporate Social Responsibility. *British Accounting Review*, v. 33, p. 357-397, 2001.

Link acessado dia 22/12/2013 <http://www.al.rs.gov.br/responsabilidadesocial/2013/lei.asp>

Submetido em 23/10/2018
Aprovado em 15/12/2018

Sobre o(s) Autor(es):

David Lorenzi Jr

Doutor em Desenvolvimento Regional (UNISC) e Professor do Curso de Administração da Universidade Federal de Santa Maria/UFSM.

Email: davilorenzi@yahoo.com.br

Silvio Cezar Arend

Economista (FISC, 1999), Ms. em Economia Rural (UFRGS, 1993) e Dr. em Economia (UFRGS, 2001). Professor da Universidade de Santa Cruz do Sul (UNISC) desde 1990, lotado no Departamento de Ciências Econômicas, exerce minhas atividades no Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR), no qual oriento dissertações e teses. Na graduação atuo nos cursos de Ciências Econômicas e Relações Internacionais, orientando monografias nas áreas de economia brasileira, desenvolvimento econômico, desenvolvimento regional, meio ambiente e desenvolvimento sustentável, teoria dos jogos e métodos quantitativos, com ênfase em econometria..

Email: silvio@unisc.br