

RELAÇÃO ENTRE STAKEHOLDERS, RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E CAPITAL SOCIAL: UMA REVISÃO INTEGRATIVA

Maria Lúcia Corrêa Neves¹, Gertrudes Dandolini², Patrícia De Sá Freire³

Abstract: *This paper aims to investigate the relationship between interested manufacturers; Corporate Social Responsibility (CSR) and Social Capital (SC). An integrative review of literature on scientific database Scopus was conducted to analyze the theoretical constructs and their relations. Thus, it was identified twelve publications that allowed the researchers to consider the existence of three different approaches relating to the constructs. In view of the above, in addition to the literature overview, this study contributes to the debate about the difficulties in overcoming situations of social and environmental irresponsibility, still present in the organizational environment, despite the more than sixty years of CSR theory.*

Keywords: *stakeholders; corporate social responsibility; social capita; social innovation.*

Resumo. *Analisou-se, nesta pesquisa qualitativa, a relação entre os construtos stakeholders, Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e Capital social. Foi adotado, como método para identificar as publicações científicas relacionando os construtos, a revisão integrativa da literatura, direcionada para a base internacional Scopus. Como resultado, foi identificado conjunto de 12 publicações, cuja análise e síntese, permitiu considerar que existem três diferentes abordagens relacionando os construtos. Considera-se que a pesquisa, além da síntese por abordagem, contribui para o debate sobre as dificuldades na superação das situações de irresponsabilidade social e ambiental ainda frequentes no meio organizacional, não obstante os mais de sessenta anos de divulgação da teoria de RSE.*

Palavras-chave. *stakeholders; responsabilidade social empresarial; capital social; inovação social.*

¹Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento -Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Florianópolis – SC– Brasil. E-mail: lucia.c.neves@uol.com.br

²Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Florianópolis – SC– Brasil. E-mail: gertrudes.dandolini@ufsc.br

³Programa de Pós-Graduação em Engenharia e Gestão do Conhecimento - Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) Florianópolis – SC– Brasil. E-mail: patriciadessaefreire@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Responsabilidade social empresarial (RSE) pode ser definida como uma forma de gestão que busca equilibrar os interesses de um amplo grupo de *stakeholders* e que adota, como estratégia corporativa, o gerenciamento equilibrado dos impactos sociais, ambientais e econômicos das atividades de negócio (Raynard & Forstarter, 2002).

A primeira definição de RSE foi divulgada em 1953, mas autores como Barbieri, Vasconcelos, Andreassi & Vasconcelos (2010) consideram que os conceitos e práticas desta forma de gestão, foram aceitos pelas empresas a partir do movimento pela sustentabilidade deflagrado na década de oitenta do século passado.

Não obstante a percepção da absorção dos conceitos, os casos de irresponsabilidade empresarial divulgados na última década, permitem considerar que, no mínimo, existe uma dicotomia entre discurso e prática de RSE por parte das organizações, tanto públicas como privadas (Skarmeeas & Leonidou, 2013).

Džupina (2016) destaca que em alguns países, o avanço nas práticas de RSE foi expressivo, enquanto, em outras regiões, a adesão foi pequena e superficial, afirmando tratar-se de construção dependente do contexto social, que determina tanto o grau de adesão espontâneo das empresas à gestão proposta, quanto o grau de expectativa e participação dos *stakeholders* ou atores sociais interessados.

Nesta direção, neste estudo, parte-se do pressuposto que a variação na aderência das organizações, assim como o interesse dos *stakeholders* na direção da RSE, podem ser explicados pela teoria do capital social, construído definido por Putnam (1993), como um ativo coletivo que facilita as ações e a cooperação para perseguir os objetivos comuns aos membros de um grupo.

Com este pressuposto, foi realizada revisão da literatura, utilizando o método denominado integrativo (Whitemore & Knafl, 2005), com o objetivo de investigar e sintetizar o conhecimento científico produzindo relacionando *stakeholders*, Responsabilidade Social Empresarial (RSE) e Capital social.

Além desta seção de introdução, o artigo apresenta, como fundamentação teórica, as seguintes seções: Teoria dos *stakeholders*; Responsabilidade social empresarial; Teoria do Capital social: diferentes abordagens. Na sequência, apresentam-se as seções: Procedimentos metodológicos; Resultados e síntese da revisão integrativa; Discussão e Considerações finais.

2 TEORIA DOS STAKEHOLDERS

De acordo com Himmelstein (1997), até a década de 60, a teoria dominante foi a dos acionistas (*stockholders*), prevalecendo o paradigma da economia neoclássica que identificava a geração de lucros como a única atividade e responsabilidade da empresa.

A partir de 1970, surgiram novos e frequentes questionamentos quanto a primazia dos interesses dos acionistas sobre a sociedade, com autores como Johnson (1971, p. 50), sinalizando a necessidade das organizações considerarem “uma multiplicidade de interesses em vez de lutar apenas para maiores lucros para seus acionistas”.

Em 1984, surge a teoria das partes interessadas ou *stakeholders*, proposta por Edward Freeman. Os *stakeholders* foram definidos como os grupos que podem afetar ou que são afetados pela realização dos propósitos de uma organização (Freeman, 2010).

Desde então, as corporações passaram a ser vistas como organizações sociais e, portanto, com responsabilidade de identificar e satisfazer os interesses de diferentes *stakeholders*, por exemplo, funcionários assalariados, consumidores, fornecedores, clientes, dentre outros, além dos acionistas (Freeman, 2010).

Carroll e Shabana (2010) consideram que a teoria dos *stakeholders* trouxe clareza quanto ao público que deve ser considerado quando as organizações refletem sobre os custos e benefícios da adoção de determinada estratégia, não sendo suficiente, no entanto, para minimizar o caráter difuso das responsabilidades com as partes interessadas, que, frequentemente, não são impostas ou reguladas pelo Estado.

Com outra perspectiva, Greenwood (2007), refletindo sobre os interesses dos *stakeholders*, alerta que as demandas destes segmentos não são necessariamente sociais ou responsáveis. O autor critica a literatura que sugere que quanto mais uma organização se envolve com seus *stakeholders*, mais responsável ela é. Para o autor, o envolvimento dos *stakeholders* deve ser abordado separado do tema responsabilidade corporativa, ainda que possam ser relacionados.

Nesta direção, Maignan (2011) comparando as atitudes dos consumidores em países altamente desenvolvidos da Europa e nos EUA, identificou diferenças fundamentais. Para o autor, os europeus salientam a RSE e valores éticos, enquanto os americanos enfatizam a importância de empresas lucrativas e da gestão que permite baixos custos de produção.

3 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

A primeira definição para o termo Responsabilidade social corporativa, que é utilizado para sociedades anônimas de capital aberto ou para o termo Responsabilidade social empresarial

(RSE), adotado para empresas em geral (Reynaud, 2008), foi apresentada por Bowen (1953), há mais de sessenta anos. O autor considerou RSE como uma obrigação dos empresários em perseguir políticas, tomar decisões ou adotar ações aderentes aos objetivos e os valores da sociedade.

Raynard e Forstater (2002) consideram RSE como uma forma de gestão que busca equilibrar os interesses de um amplo grupo de *stakeholders*, gerenciando estrategicamente os impactos sociais, ambientais e econômicos das atividades de negócio.

Barbieri *et al.* (2010), analisando o movimento pelo desenvolvimento sustentável e a adesão das empresas aos princípios de RSE, afirmam que, inicialmente, a adesão das empresas foi consequência da pressão realizada por entidades governamentais e ou sociedade civil organizada, caracterizando como adesão de ‘fora para dentro’. Na visão dos autores, mais recentemente, a adesão das empresas passou a ser “de dentro para fora”, em função do entendimento de que fazer parte do movimento de RSE, no mínimo reduzindo impactos sociais e ambientais, é fonte de diferenciação ou da qualificação necessária para a permanência no mercado.

Muñoz, Pablo e Peña (2015) consideram que os estudos de RSE já comprovaram que a adesão das organizações ao movimento, melhora o resultado financeiro, influenciando, positivamente, os ativos intangíveis que afetam o desempenho de longo prazo da empresa, ainda que, no curto prazo, seu efeito seja menos perceptível.

Lean, Ang e Smyth (2015) analisando o comportamento dos fundos de investimentos que reúnem empresas socialmente responsáveis, encontraram evidências empíricas de que, durante o período de janeiro de 2001 a dezembro de 2011, estes fundos superaram a referência de mercado, tanto na Europa como na América do Norte.

Não obstante as evidências, a adoção de RSE pelas organizações, ao longo das mais de seis décadas de teoria, recebe críticas. Himmelstein (1997), no final do século passado, questionava as práticas superficiais de RSE motivadas por retorno de imagem ou sinalizadas como interesse social coletivo camuflando interesses econômicos da própria empresa.

Também em 1997, Enriquez (1997, p. 10), concentrado especialmente nas implicações do poder atribuído às empresas em função dos desdobramentos de RSE, afirmou que com o conceito de RSE, a empresa passou a “se encarregar não somente do desenvolvimento econômico da nação, mas também do seu desenvolvimento social, psicológico e cívico”. Nesta direção, Lopez-Ruiz (2004) observou que, se em outras épocas, a Igreja ou o Estado já foram considerados instituições paradigmáticas, a partir da RSE, as corporações, especialmente as transnacionais, ocuparam este papel.

Também com visão crítica, Porter e Kramer (2006) afirmam que o cenário composto por um Estado mínimo e esvaziado de seu papel de promotor do bem comum e de empresas com responsabilidades não reguladas, exige uma reflexão em relação ao empenho destas na direção das obrigações à serem perseguidas.

Mais recentemente, Skarmeas e Leonidou, (2013) afirmaram que, de forma geral, os numerosos incidentes de má conduta corporativa divulgados na última década, geraram na maioria dos *stakeholders*, dúvidas em relação à adesão espontânea das organizações à teoria.

Kreitlon (2012) propôs evitar as posições extremas representadas, de um lado, pelos autores que consideram que o discurso e prática de RSE adotados pelas organizações são, apenas, estratégia de comunicação e, do outro, pelos autores que acreditam na adoção espontânea e sincera de práticas organizacionais dirigidas para o desenvolvimento sustentável.

Adota-se, neste estudo, a visão de Džupina (2016) que considera a adesão das organizações à RSE, assim, com as expectativas dos *stakeholders* em relação às práticas prioritárias de RSE, construções influenciadas pelo contexto social. Neste estudo, mais especificamente, aborda-se a influência do construto Capital social nestas construções, tema que será abordado na próxima seção.

4 TEORIA DO CAPITAL SOCIAL: DIFERENTES ABORDAGENS

O conceito de capital social (doravante CS), surgiu nos clássicos da sociologia no século XIX, mas espalhou-se amplamente no final do século XX, como resultado dos trabalhos do sociólogo Pierre Bourdieu e do filósofo Robert Putnam (Yee, 2015).

Bourdieu (1986) aborda o CS como um atributo de um indivíduo, enquanto, para Putnam (1993), CS é um ativo coletivo que pertence mais aos grupos, organizações e nações do que às pessoas. Na visão do autor, CS refere-se à três traços da vida social - redes, normas e confiança, que se desenvolvem dentro de um grupo, facilitando as ações e a cooperação para perseguir os objetivos comuns dos membros deste.

Bueno (2002) identifica quatro abordagens principais de CS: (1) a derivada de teorias de desenvolvimento econômico; (2) a derivada da responsabilidade social e ética; (3) a que se baseia em códigos de governança; e (4) a que considera CS como um dos tipos de Capital intelectual, além do capital humano e do capital estrutural.

Higgins, Kruglanski e Pierro (2003), autores que tratam de CS com a perspectiva das teorias de desenvolvimento econômico, consideram CS como um quinto fator de produção, além do tradicional trio - terra, trabalho, capital, e do mais recentemente integrado –

conhecimento humano. Para os autores, os outros quatro fatores não representam muito quando as pessoas que integram um grupo, uma organização ou nação, não são capazes de cooperar ou de compartilhar conhecimentos e habilidades.

McElroy (2002), autor que aborda CS com a perspectiva organizacional, considera que capital social, capital humano e capital estrutural, são as três diferentes formas de capital intelectual e, portanto, as diferentes formas de criar valor nas organizações.

Yee (2015) analisando as distintas abordagens sobre CS, observa fragilidades destacando, como uma delas, o fato de que parte das publicações, ignora o lado negativo do CS, focando, apenas, o seu efeito positivo. O autor pondera que, frequentemente, o CS cria bens públicos, mas também pode criar "mal público", indicando que o ativo CS é condição necessária para ações coletivas, mas não suficiente para assegurar ações coletivas altruístas.

Com esta mesma visão, Portes (1998) sinaliza que em regiões marginalizadas, a causa da pobreza não costuma ser a ausência de CS, mas, com alguma frequência, a presença de um tipo de CS que o autor denomina de perverso, citando o capital experimentado pela máfia, gangues de rua ou terroristas.

Observando o CS nas organizações, Barbieri (2007) afirma que mesmo empresas com destacado CS, podem objetivar exclusivamente o lucro, desenvolvendo equipes focadas na inovação “a todo custo” e fidelizando clientes que aguardam novidades sem critério, pelo culto ao novo ou consumismo exacerbado, valores que se distanciam daqueles que acompanham a responsabilidade ética e social.

Adota-se, neste artigo, a visão dos autores que indicam que CS desenvolvido é condição necessária para atingimento dos objetivos comuns dos *stakeholders*, mas que, moralmente, o CS, também, é neutro, sendo por isto, necessário investigar quando e como o relacionamento entre os três construtos promove a adesão à RSE.

5 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A abordagem metodológica deste estudo privilegiou o enfoque qualitativo. A pesquisa teve início com o levantamento bibliográfico dos conceitos basilares dos três construtos (*stakeholders*, RSE e CS).

Para responder à questão da pesquisa, foi realizada revisão bibliográfica com objetivo de investigar a produção científica existente, relacionando os três construtos. Para a revisão bibliográfica, utilizou-se o método de revisão sistemática, definido como uma revisão planejada

para responder a uma questão de pesquisa específica (Castro, 2006). No caso deste estudo a questão foi: como a literatura acadêmica relaciona *stakeholders*, CS e RSE?

Na revisão sistemática adotam-se métodos explícitos e sistemáticos, tanto para os processos de identificação, seleção e avaliação dos estudos a serem revisados, como, também, para a coleta e análise do conteúdo dos estudos escolhidos para a revisão (Botelho, Cunha, & Macedo, 2011).

Dentre os tipos de metodologias de trabalho existentes para a revisão bibliográfica, foi adotada a revisão integrativa. De acordo com Whitemore e Knafl (2005), esse tipo de revisão viabiliza a síntese dos estudos já publicados e, ao levar em consideração os resultados apresentados por estudos anteriores, gera novos conhecimentos.

A revisão da literatura foi realizada na base de dados eletrônica Scopus, escolhida por permitir uma visão multidisciplinar e integrada de fontes relevantes para a pesquisa em questão.

A estratégia de busca adotada não contemplou delimitação de data, nem restrição de tipos de documentos científicos. A busca na base de dados Scopus foi realizada em março de 2017, utilizando a ferramenta eletrônica de pesquisa disponível no portal eletrônico.

A primeira etapa da busca utilizou, como palavra-chave para a busca eletrônica, o construto “responsabilidade social empresarial” em inglês (*corporate social responsibility* ou *business social responsibility*). A busca foi direcionada para os campos “títulos, resumos e palavras chave” das publicações, resultando em 9,681 mil publicações. Na sequência, mantendo o direcionamento para os mesmos campos, aplicou-se um segundo filtro, utilizando o descritor Capital social em inglês (*social capital*) e um terceiro filtro, utilizando o construto *stakeholders*. Estes filtros combinados, resultaram em um conjunto de 31 documentos.

A segunda etapa da investigação, contemplou a leitura exploratória dos resumos, além do título e palavras-chave das 31 publicações identificadas. A leitura buscou identificar a abordagem utilizada para relacionar as temáticas investigadas. Foram identificadas, nesta etapa, 11 publicações que mencionavam os construtos sem relacioná-los. Estes documentos foram excluídos.

O conjunto de 20 publicações é o resultado completo desta pesquisa. O conjunto, após análise, foi sintetizado em três diferentes categorias, que representam as diferentes abordagens de relacionamento entre os construtos investigados.

Neste artigo, no entanto, apresenta-se o resultado condensado, composto por 12 publicações. O novo conjunto reduzido foi definido a partir de uma terceira etapa de seleção. Registra-se que foram adotados cuidados para que o novo filtro não comprometesse a categorização ou as considerações. Por exemplo, inicialmente, foram identificadas quatro

publicações abordando o relacionamento entre os construtos em empresas de pequeno e médio porte e, para a versão reduzida da pesquisa, foi escolhida para representar a abordagem, apenas uma das publicações, selecionada pelo critério de quantidade mais significativa de citações.

6 RESULTADO, SÍNTESE E DISCUSSÃO

O conjunto formado pelas 12 publicações selecionadas para revisão integral e síntese, é apresentado a seguir em subseções que sintetizam as publicações por categorias de abordagens. São elas: (6.1) A adesão voluntária à RSE impactando a percepção dos *stakeholders* e desenvolvendo o CS da organização; (6.2) A pressão dos *stakeholders* com CS desenvolvido, impactando a adesão não voluntária à RSE; e (6.3) A organização com CS desenvolvido, selecionando *stakeholders* e práticas de RSE a serem atendidas.

6.1 A ADESÃO VOLUNTÁRIA À RSE, IMPACTANDO A PERCEPÇÃO DOS *STAKEHOLDERS* E DESENVOLVENDO CS DA ORGANIZAÇÃO

Foi identificado que parte das publicações relaciona o construto, a partir da perspectiva de que a adesão espontânea ou voluntária à RSE, denominada na seção que fundamentou teoricamente o construto de adesão de “dentro para fora”, conquista a empatia e engajamento dos *stakeholders*, visão compartilhada pelo autor Barbieri et al. (2010), fortalecendo, desta forma, as relações que desenvolvem CS dos grupos, organizações ou nações investigadas.

As sínteses das oito publicações identificadas como representativas desta categoria, estão apresentadas no quadro 1, onde consta, também, a referência bibliográfica.

Quadro 1 – Síntese das publicações que sinalizam a adesão voluntária à RSE, como impactante para os *stakeholders*, contribuindo para o desenvolvimento de CS da organização.

Autor (es)	Título	Ano / Referência	Síntese
Ahn, S.-Y., Park, D.-J.	Corporate Social Responsibility and Corporate Longevity: The Mediating Role of Social Capital and Moral Legitimacy in Korea	(2016) Journal of Business Ethics, pp. 1-18.	São analisadas ações de RSE de oito empresas Coreanas. Apresentam-se evidências empíricas que a sobrevivência à longo prazo destas empresas, é determinada pelo desempenho social, além do econômico. O desempenho social fortalece laços com <i>stakeholders</i> , adensando o CS.
Shirodkar, V., Beddewela, E., Richter, U.H.	Firm-Level Determinants of Political CSR in Emerging Economies: Evidence from India	(2016) Journal of Business Ethics, pp. 1-16.	Analisa-se os efeitos positivos da adesão às práticas de RSE por multinacionais localizadas na Índia. As ações de RSE são consideradas estratégias, para construir relação com o <i>stakeholders</i> governo e demais partes interessadas, fortalecendo o CS.

Vveinhardt, J., Andriukaitienė, R., Cunha, L.M.	Social capital as a cause and consequence of corporate social responsibility	(2014) Transformations in Business and Economics, 13 (2A), pp. 483-505.	Estudo oriundo da Lituânia. Apresenta-se CS como causa e consequência da RSE, abordando o processo como um ciclo virtuoso. Analisa-se o impacto da RSE na confiança dos <i>stakeholders</i> .
Zhang, L., Wang, T.-N., Fung, H.-G.	Market reaction to corporate social responsibility announcements: Evidence from China	(2014) China and World Economy, 22 (2), pp. 81-101.	Estudo de caso que examina como o mercado chinês, formado, especialmente, pelo grupo dos <i>stakeholders</i> clientes, reage aos anúncios de envolvimento em RSE, desenvolvendo o CS.
Sen, S., Cowley, J.	The Relevance of Stakeholder Theory and Social Capital Theory in the Context of CSR in SMEs: An Australian Perspective	(2013) Journal of Business Ethics, 118 (2), pp. 413-427.	Estudo oriundo da Austrália, abordando a adesão à RSE, como fonte de fidelização dos <i>stakeholders</i> e, também, de desenvolvimento do CS, especialmente, em empresas de pequeno e médio porte.
Guadamillas-Gómez, F., Donate-Manzanares, M.J., Škerlavaj, M.	The integration of corporate social responsibility into the strategy of technology-intensive firms: A case study	(2010) Zbornik Radova Ekonomskog Fakultet au Rijeci, 28 (1), pp. 9-34.	Estudo de caso da Espanha, que examina a adoção da RSE como fonte de vantagem competitiva e desenvolvimento de CS para uma empresa de TI.
Lindorff, M., Peck, J.	Exploring Australian financial leaders' views of corporate social responsibility	(2010) Journal of Management and Organization, 16 (1), pp. 048-065.	Analisa-se, o papel dos stakeholders “líderes”, no contexto de empresas australianas, na adesão das organizações às práticas de RSE e, como consequência, no desenvolvimento de CS.
Russo, A., Perrini, F.	Investigating stakeholder theory and social capital: CSR in large firms and SMEs	(2010) Journal of Business Ethics, 91 (2), pp. 207-221.	O estudo compara a adoção de RSE nas grandes corporações e nas pequenas e médias empresas, utilizando a teoria dos <i>stakeholders</i> e, também, a teoria do CS. O estudo aborda a relação entre aumento de compartilhamento do conhecimento e as relações éticas.

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da base eletrônica científica Scopus

A análise identificou que os autores desta categoria de publicações, consideram que a adesão voluntária à RSE desenvolve CS da organização. Nesta categoria de abordagem, percebe-se a tendência de apresentar *stakeholders* de forma geral, como partes interessadas que valorizam o comportamento organizacional aderente às práticas de RSE, abordagem que difere da perspectiva de Greenwood (2007), que alerta para o fato de que o envolvimento e interesses dos *stakeholders* não necessariamente são sociais ou responsáveis.

6.2 A PRESSÃO DOS *STAKEHOLDERS* COM CS DESENVOLVIDO, IMPACTANDO A ADESÃO NÃO VOLUNTÁRIA À RSE

Foi identificado que parte das publicações relaciona os três construtos, a partir da premissa de que ativo coletivo CS, detido pelos *stakeholders*, quando consistente ou

desenvolvido e altruísta, induz e influencia as organizações a aderirem às práticas de RSE, perspectiva denominada por Barbieri et al. (2010) de adoção de “fora para dentro”.

As publicações escolhidas para representar a categoria estão sintetizadas no quadro 2.

Quadro 02 - Síntese das publicações que abordam a pressão dos *stakeholders* com CS desenvolvido, impactando a adesão não voluntária à RSE

Autor (es)	Título	Ano / Referência	Síntese
Hoi, C.K., Wu, Q., Zhang, H.	Community Social Capital and Corporate Social Responsibility	(2016) Journal of Business Ethics, pp. 1-19.	Analisa o CS de uma comunidade nos EUA, capturado pela força de normas cívicas e densidade das redes sociais, descrevendo como CS de um município, afeta a RSE das empresas da região.
Fieseler, C., Fleck, M.	The Pursuit of Empowerment through Social Media: Structural Social Capital Dynamics in CSR-Blogging	(2013) Journal of Business Ethics, 118 (4), pp. 759-775.	No estudo oriundo da Lituânia, analisa-se, o impacto da tecnologia de informação e de conexão, no fortalecimento do CS dos <i>stakeholders</i> e, como consequência, no poder de influenciar as organizações na direção da adesão à RSE.
Battaglia, M., Bianchi, L., Frey, M., Iraldo, F.	An innovative model to promote CSR among SMEs operating in industrial clusters: Evidence from an EU project	(2010) Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 17 (3), pp. 133-141.	Analisa-se, a partir de uma experiência na União Europeia, o papel dos <i>stakeholders</i> , na adesão à RSE em pequenas e médias empresas

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da base científica Scopus

A análise das publicações desta categoria, identificou adoção de perspectiva que se aproxima da visão de Džupina (2016), autor que considera tanto as expectativas dos *stakeholders*, como a adesão das organizações à RSE, como construções sociais e, portanto, sujeitas a variações. Estas publicações sinalizam que *stakeholders*, quando imersos em contextos de CS denso e altruísta, podem influenciar as organizações, na direção da adoção de estratégias mais responsáveis em relação ao ambiente e sociedade, em detrimento às estratégias focadas, apenas, na maximização de lucro

6.3 A ORGANIZAÇÃO COM CS DESENVOLVIDO, SELECIONANDO STAKEHOLDERS E PRÁTICAS DE RSE A SEREM ATENDIDAS

Foi identificada uma publicação que reflete sobre o relacionamento entre os três construtos no contexto das empresas transnacionais. Na seção de fundamentação teórica, estas empresas foram apresentadas por Lopez-Ruiz (2004) como, instituições paradigmáticas que, no contexto atual, concentram mais poder do que Igreja ou o Estado.

As operações de produção das corporações transnacionais, assim como os consumidores, legisladores e demais grupos de *stakeholders*, estão distribuídos em diversos países.

Os autores relatam que as corporações transnacionais identificam e selecionam arranjos de aderência à RSE, conforme o país (desenvolvido ou emergente), a legislação (rigorosa ou não), os *stakeholders* consumidores (menos ou mais empáticos com as causas de RSE), o mercado (decisivo para os resultados ou não), buscando a maximização do lucro. O arranjo mais econômico, combina ações seletivas de responsabilidade social ambiental com ações que podem ser consideradas “irresponsáveis”, e atendimento de preocupações de grupo de *stakeholders* detentores de CS fortes com a negligência de grupos de *stakeholders* com CS enfraquecido.

A publicação única identificada com esta visão, é sintetizada no quadro 03.

Quadro 03 – Publicação tratando de organizações com CS desenvolvido, que seleciona *stakeholders* e práticas de RSE a serem atendidas.

Autor (es)	Título	Ano / Referência	Síntese
Jones, B., Nisbet, P.	Shareholder value versus stakeholder values: CSR and financialization in global food firms	(2011) Socio-Economic Review, 9 (2), pp. 287-314.	No estudo oriundo do Reino Unido, analisa-se as ações de RSE de quatro empresas globais de alimentos, concluindo que, nos últimos anos, o fenômeno denominado de “financeirização” das estratégias, teve um efeito indireto, negativo, mas significativo na adesão consistente à RSE. As empresas transnacionais zelam pela marca e reputação relacionadas à RSE nos seus principais mercados globais com adoção de ações superficiais enquanto, seus processos de produção, frequentemente, localizados em regiões menos desenvolvidas, causam graves danos ambientais e sociais que deterioram a confiança de <i>stakeholders</i> e fragilizam o CS local, sem impactar, significativo os resultados corporativos.

Fonte: elaborado pelos autores com base nos dados da base Scopus

A análise desta publicação permite considerar, conforme sinaliza Yee (2015) que o CS não necessariamente cria bens públicos, mas, também, deixa rastros de “mal público”. A adesão seletiva de práticas de RSE por estas organizações, confirma, também, a percepção de Portes (1998) que sinaliza que o ativo CS é condição necessária para estabelecer relações densas, mas não suficiente para assegurar que as relações densas sejam altruístas.

7 DISCURSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo responder a seguinte questão: como a literatura acadêmica relaciona *stakeholders*, Capital social e Responsabilidade social empresarial? O processo adotado para identificar o conhecimento relacionando os construtos encontrou restrita

quantidade de estudos, o que permite tratar o relacionamento como um *gap* na literatura científica.

Foram identificadas 20 publicações na base investigada. Neste artigo, apresenta-se a síntese de 12 destas publicações. No processo de análise, foi identificado que as publicações relacionando os construtos, poderiam ser sintetizadas em três diferentes categorias de abordagem. As categorias e síntese foram apresentadas na seção 6.

Nas duas primeiras abordagens, percebeu-se a tendência de relacionar os construtos com a visão denominada por Greenwood (2007) de “quanto mais, melhor”.

A primeira abordagem sinaliza que quanto mais adoção voluntária aos princípios e práticas de RSE, mais as organizações conquistam a fidelidade e engajamento dos *stakeholders* e, conseqüentemente, mais denso o CS organizacional que cria valor e gera resultados econômicos.

A segunda abordagem sinaliza que quanto mais desenvolvido for o CS do *stakeholders*, mais engajamento e pressão para que as organizações adotem ações de RSE, e, em resposta, mais adesão à RSE, ainda que não voluntária.

Pode-se considerar que, de forma geral, os autores destas duas abordagens, não aprofundam o fato de que *stakeholders* ou organizações podem apresentar CS denso, mas amparado por valores individualistas ou que favorecem a concentração de riquezas, o enriquecimento ilícito, produzem desigualdades, aceleram a degradação social e ambiental, além de outras induções contrárias aos objetivos da RSE.

Já na terceira abordagem, fica evidenciado que o relacionamento entre os construtos não pode ser identificado, apenas, pela lógica “quanto mais, melhor”, sendo, às vezes, aderente à lógica “às vezes, o mais é menos”.

Nesta direção, pode-se considerar que as grandes corporações, detentoras de capacidade de influência - que pode ser considerada expressão de CS denso, frequentemente, adotam restritas um conjunto restrito e selecionado de ações de RSE, conquistando a empatia de grupos de *stakeholders* - muitas vezes daqueles detentores de CS denso, fortalecendo, ainda, mais o CS organizacional. Enquanto isto, também, por questões de influência, as ações não aderentes à RSE destas organizações, não repercutem ou repercutem, apenas, junto aos grupos de *stakeholders* atingidos, normalmente, grupos com CS frágeis e, por isto mesmo, não escolhidos para serem contemplados pelas estratégias seletivas de RSE.

A terceira abordagem contribui na explicação das divergências em relação às percepções sobre o avanço da teoria da RSE nos seus mais de 60 anos de existência. A abordagem pode contribuir também para a reflexão oportunizada pelo contexto brasileiro, onde estão vindo à

tona, diversos exemplos de práticas não responsáveis de grandes corporações. Marcas valiosas, até então presentes nos *rankings* que destacam as empresas mais sustentáveis ou as melhores organizações para se trabalhar, são associadas a fraudes em licitações bilionárias ou eventos de corrupção.

Considera-se que estes exemplos demonstram a fragilidade das publicações que associam a existência de CS (confiança rede, estrutura e objetivo comuns), necessariamente, à objetivos altruístas, por parte das organizações ou de *stakeholders*. Também podem ser consideradas frágeis, as publicações que confundem adoção do discurso de RSE com avanço genuíno da gestão responsável.

Por outro lado, estudos futuros que examinem o desempenho das corporações citadas no quadro 3 ou das empresas brasileiras que estão sendo destacadas pelas irresponsabilidades praticadas, podem identificar se estas organizações, no longo prazo, perderam mercado e desempenho, confirmando a visão dos autores apresentados na seção de fundamentação teórica, que associam a sustentabilidade das organizações à conduta ética e capaz de gerar capital social construtivo, ainda que, no curto prazo, CS perverso assegure resultados superiores.

Paralelamente, pesquisadores interessados na indução do processo de inovação social, podem aprofundar o debate sobre as ações intencionais que desenvolvem o CS aderente aos objetivos de RSE, assim, como daquelas que combatem o capital social perverso.

Por fim, registra-se que, como qualquer outro trabalho de revisão bibliográfica, esta pesquisa apresenta limitações. A primeira refere-se à investigação direcionada para uma única base, abrangendo parcialmente a produção científica relacionando os construtos. A segunda, refere-se à estratégia de busca e os processos adotados, sujeitos a deixar à margem da revisão, importantes conhecimentos sobre o tema. Terceiro, o processo que identificou as publicações a serem sintetizadas neste artigo (resultado condensado), já que este, ainda que sistemático, foi subjetivo e sujeito ao viés do pesquisador. Ainda assim, acredita-se que o estudo contribui para o conhecimento acumulado sobre o relacionamento entre os construtos.

REFERÊNCIAS

- Ahn, S. Y., & Park, D. J. (2016). Corporate social responsibility and corporate longevity: The mediating role of social capital and moral legitimacy in Korea. *Journal of Business Ethics*, 1-18.
- Battaglia, M., Bianchi, L., Frey, M., & Iraldo, F. (2010). An innovative model to promote CSR among SMEs operating in industrial clusters: Evidence from an EU project. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 17(3), 133-141.

- Barbieri, José Carlos. (2007). *Gestão Ambiental Empresarial: conceitos, modelos e instrumentos*. 2ª Ed. São Paulo: Saraiva.
- Barbieri, J.C., Vasconcelos, I.F, Andreassi, T., & Vasconcelos, F.C. (2010). Inovação e sustentabilidade: novos modelos e proposições. *Revista de Administração de Empresas*, 50(2), p. 146.
- Botelho, L. L. R., Cunha, C. C. D. A., & Macedo, M. (2011). O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. *Gestão e Sociedade*, 5(11), p. 121-136.
- Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper & Row, New York
- Bueno, E. (2002) El capital social en el nuevo enfoque del capital intelectual de las organizacionales. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 18(2-3), 157-176.
- Carroll, A. B. & Shabana, K. M. (2010) *The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice*. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105.
- Castro, A. A. (2006). Curso de revisão sistemática e meta análise. São Paulo: LED-DIS/UNIFESP. Disponível em: <http://www.virtual.epm.br/cursos/metanalise>. Acesso em: 07. Set. 2016
- Džupina M. (2016). A *theoretical* study on cross-national differences on corporate social responsibility orientation (csro). *European Journal of Science and Theology*, 12(1), 163-169.
- Enriquez, E. (1997). Os desafios éticos nas organizações modernas. *Revista de Administração de Empresas*, 37(2), 6-17.
- Fieseler, C., & Fleck, M. (2013). The pursuit of empowerment through social media: Structural social capital dynamics in CSR-blogging. *Journal of Business Ethics*, 118(4), 759-775.
- Freeman, R.E. (2010). *A stakeholder approach to strategic management*. Cambridge University Press.
- Guadamillas-Gómez, F., J Donate-Manzanares, M., & Škerlavaj, M. (2010). The integration of corporate social responsibility into the strategy of technology-intensive firms: a case study. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: časopis za ekonomsku teoriju i praksu*, 28(1), 9-34.
- Greenwood, M. (2007). Stakeholder engagement: Beyond the myth of corporate responsibility. *Journal of Business Ethics*, 74(4), 315-327.
- Higgins, E. T., Kruglanski, A. W., & Pierro (2003). A. Regulatory mode: Locomotion and assessment as distinct orientations. *Advances in experimental social psychology*, 35, 293-344.
- Himmelstein JI. (1997). *Looking good and doing good: Corporate philanthropy and corporate power*. Indiana University Press.
- Hoi, C. K., Wu, Q., & Zhang, H. (2016). Community Social Capital and Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 1-19.
- Johnson, H. L. (1971). *Business in contemporary society: Framework and issues*. Wadsworth Pub. Co Belmont, Calif.
- Jones, B., & Nisbet, P. (2011). Shareholder value versus stakeholder values: CSR and financialization in global food firms. *Socio-Economic Review*, 9(2), 287-314.

- Kreitlon, M. P. (2012). Mcmoral, iPolítica, Cidadania Wireless: Reflexões para o ensino e a pesquisa em RSE no Brasil. *Revista de Administração Contemporânea*, 16(2), 271-289.
- Lean, H.H., Ang, W.R., & Smyth R. (2015). Performance and performance persistence of socially responsible investment funds in Europe and North America. *The North American Journal of Economics and Finance*, 34, 254-266.
- Lindorf f, M., & Peck, J. (2010). Exploring Australian financial leaders' views of corporate social responsibility. *Journal of Management & Organization*, 16(01), 48-65.
- Lopez-Ruiz, O. S. (2004). O ethos dos executivos das transnacionais e o espírito do capitalismo. Tese de doutorado. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, Brasil, 2004.
- Maignan, I. (2001). Consumers' perceptions of corporate social responsibilities: A cross-cultural comparison. *Journal of business ethics*, 30(1), 57-72.
- McElroy, M. W. (2002). Social innovation capital. *Journal of Intellectual Capital*, 3(1), 30-39.
- Muñoz, R.M., Pablo, J.D., & Peña, I. (2015). Linking corporate social responsibility and financial performance in Spanish firms. *European Journal of International Management*, 9(3), 368-383.
- Porter, M. & Kramer, M. R. (2006). *Estrategia y sociedad*. Harvard Business Review, 84(12), 42-56.
- Portes, Alejandro. (1998). Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Annual Review of Sociology*, 24, 1-24.
- Putnam, R. (1993). Próspera comunidade: capital social e da vida pública. *The American Prospect*, 13, 35-42.
- Raynard, P. & Forstarter, M. (2002). Corporate social responsibility: implications for small and medium enterprises in developing countries. *United Nations Industrial Development Organization, Viena*. Disponível em <http://www.unido.org/doc/5162>.
- Reynaud, E.(2008). La responsabilité sociale de l'entreprise à l'épreuve de l'Europe, *Revue Française de Gestion*, 38(180), 109-130.
- Russo, A., & Perrini, F. (2010). Investigating stakeholder theory and social capital: CSR in large firms and SMEs. *Journal of Business ethics*, 91(2), 207-221. Skarmeas D. & Leonidou, C.N. (2013). When consumers doubt, watch out! the role of CSR skepticism. *Journal of business research*. 66(10), 1831-1838.
- Sen, S., & Cowley, J. (2013). The relevance of stakeholder theory and social capital theory in the context of CSR in SMEs: An Australian perspective. *Journal of Business Ethics*, 118(2), 413-427.
- Shirodkar, V., Beddewela, E., & Richter, U. H. (2016). Firm-level determinants of political CSR in emerging economies: Evidence from India. *Journal of business ethics*, 1-16.
- Vveinhardt, J., Andriukaitiene, R., & Cunha, L. M. (2014). Social capital as a cause and consequence of corporate social responsibility. *Transformations in Business & Economics*, 13(2A), 161-184.
- Whitemore, R. & Knafl, K. (2005).The integrative review: update methodology. *J Adv. Nurs*, 52(5), 546-553.
- Yee J. (2015). Social capital in Korea: Relational capital, trust, and transparency. *International Journal of Japanese Sociology*, 24(1), 30-47.

Zhang, L., Wang, T. N., & Fung, H. G. (2014). Market reaction to corporate social responsibility announcements: Evidence from china. *China & World Economy*, 22(2), 81-101.