

30 de setembro a 4 de outubro
Ponta Grossa - PR - Brasil

AS FACES DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO CONGRESSO INTERNACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO (ADMPG)

ÁREA TEMÁTICA: ESTRATÉGIA EM ORGANIZAÇÕES

Natália de Lima Gasque, UNIVEM, Brasil, nlgasque@gmail.com

Juliano Simões, UNIVEM, Brasil, simoesjuliano@ymail.com

Guery Tã Baute e Silva, UNESP, Brasil, guerybaute13@gmail.com

Anderson Rodolfo de Lima, UFSCar, Brasil, anderson.hbo@gmail.com

Dr. Nelson Russo de Moraes, UNESP/Tupã, Brasil, nelsonrusso@tupa.unesp.br

Resumo

Os estudos acerca da Responsabilidade Social (RS) cresceram exponencialmente nos últimos anos e foram propulsores de mudanças significativas no trato das empresas com o estado, mercado e sociedade civil. Dessa forma, a RS torna-se um assunto muito discutido no meio acadêmico e empresarial. Com diferentes conceituações, pode ser entendida, no âmbito dos negócios, como uma forma de gestão pautada na ética e em relações justas com os stakeholders da organização, e também pelo estabelecimento de metas e políticas que visam o desenvolvimento sustentável da empresa e sociedade. Apesar da relevância do tema na teoria e na prática organizacional, ainda não há um conceito definido e aceito universalmente. Encontra-se na literatura diferentes definições e enfoques de RS, como Responsabilidade Social Empresarial (RSE), Responsabilidade Social Corporativa (RSC), Responsabilidade Socioambiental (RSA) Isto posto, o objetivo desse artigo é analisar as diferentes vertentes abordadas da responsabilidade social no Congresso Internacional de Administração (ADMPG). Para atingir tal objetivo foi utilizado como método de pesquisa um estudo bibliométrico. Os resultados da pesquisa apontaram que a Responsabilidade Social é um tema com distintas interpretações e diversos enfoques de análises para os autores.

Palavras-chave: Responsabilidade Social; Responsabilidade Social Empresarial; Estudo bibliométrico.

Abstract

Studies on Social Responsibility (RS) have grown exponentially in recent years and have propelled changes in corporate governance with state, market and civil society. Thus, an RS becomes a much discussed subject in academia and business. With the different concepts, it can be understood, within the business, as a way of managing ethics and public relations with the organization's stakeholders, and also by setting goals and policies aimed at the development of the company's environment and society. The objective of the non-abstract basic is universally accepted. Several definitions and approaches of RS are found in the literature. That said, the paper is analyzed as different strands of social responsibility in the International Congress of Administration (ADMPG). For this purpose a bibliometric study was used as a research method. The research results indicated that Social Responsibility is a subject with interpretative differences and the answers of our research to authors.

Keywords: *Social Responsibility; Corporate Social Responsibility; Bibliometric study.*

1. INTRODUÇÃO

Os últimos trinta anos testemunharam uma mudança radical na relação das organizações com o estado e a sociedade civil. As empresas têm sido cada vez mais solicitadas a adotar estratégias que vão além dos aspectos financeiros de suas operações, passando a considerar o impacto social e ambiental de suas atividades comerciais (Porter & Kramer, 2006). Nesse contexto, muitas empresas modificaram suas políticas e atividades, se engajando em ações responsáveis que visam a satisfação dos seus stakeholders, prática que ficou conhecida como Responsabilidade Social (RS) (Greening & Turban, 2000).

A RS ocupa uma posição de destaque na agenda corporativa global e ganhou importância significativa como área de prática empresarial e acadêmica (Smith & Lenssen, 2009). No âmbito empresarial, as ações de RS passaram a ser um grande diferencial, essencial para que as organizações se tornem mais competitivas frente ao mercado, garantindo o respeito da sociedade e a viabilidade de suas operações (Queiroz et al., 2005).

Além disso, as práticas de RS passaram a ser vistas sob uma ótica positiva, por parte do governo, gestores, fornecedores e acionistas, devido a popularização da ética e condutas de negócios que se espalham pelo mundo pelos meios de comunicação, advento da globalização, tornando-se parte fundamental na viabilidade das organizações. Para (Queiroz et al., 2005), o cuidado com as questões que permeiam a RS saiu do foro interno de uma organização bem-intencionada para se institucionalizar como obrigação moral das empresas. Entende-se que as questões de RS têm se legitimado de forma essencial, para as empresas, sendo por necessidade, no âmbito social, ou por premissa de seus *stakeholders*.

Tal importância, dá-se também no meio acadêmico em âmbito nacional, com a inclusão da RS que se estrutura como pilar de ação das universidades brasileiras (Caixeta & Sousa 2004). Dessa forma, as universidades fundamentam e centralizam suas ações educacionais para a formação de profissionais capazes de socializar as práticas de RS.

Entretanto, na literatura, o conceito é difuso e existem diversos enfoques de RS. Apesar de ser um conceito chave no cenário mundial, o mesmo permanece em constante evolução e não tem uma definição universalmente aceita atualmente (Jamali & Karan, 2018). Além disso, a infinidade de termos e ideias associadas a RS, como sustentabilidade, cidadania corporativa, responsabilidade, ética, etc. Como observado por Waddock (2004 pag. 9), “existem universos paralelos e às vezes confusos”. Nesse contexto, entende-se a importância de estruturar cada vertente, no intuito de ter a consciência de onde se inicia e termina cada ação e dessa forma garantir ações assertivas em cada contexto.

Assim, o objetivo desse artigo é analisar as diferentes vertentes abordadas da responsabilidade social no Congresso Internacional de Administração (ADMPG). Para alcançar tal objetivo foi adotado como método de pesquisa um estudo bibliométrico. O congresso foi escolhido por ser o maior evento da área de Administração da América Latina.

Este trabalho foi estruturado em cinco seções, sendo a seção 2 o referencial teórico. A seção 3 descreve o método utilizado. Na seção 4, os resultados são evidenciados. Por fim, é apresentada a conclusão do artigo, apontando as oportunidades de pesquisa, limitações e considerações.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Na literatura o termo RS conta com algumas vertentes, entre elas os conceitos mais difundidos são: Responsabilidade Social Empresarial (RSE), Responsabilidade Socioambiental (RSA) e Responsabilidade Social Corporativa (RSC). Nesta seção, será feita uma revisão individual apontando as características de cada conceito.

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

Os estudos sobre Responsabilidade Social Empresarial evoluíram muito desde a década de 1950, a fim de contribuir e reforçar soluções para problemas de cunho ético, legal, social, ambiental, e até mesmo, em muitos casos, problemas econômicos. No início da referida década, Bowen (1957) aprofundou-se no tema e questionou quais eram as responsabilidades das empresas para com a sociedade, tendo em vista a compreensão de que os negócios representavam bases de poder da época, e o poder de escolha do “homem de negócios” impactava de forma direta e indireta diversas áreas da sociedade, o autor passa a defender a premissa de que as empresas como detentoras de poder, devem conhecer a fundo os impactos de suas atividades na comunidade local e estabelecer formas éticas de avaliar esses impactos.

Na década de 1970, a evolução do conceito de Responsabilidade Social Empresarial resulta na alteração do contrato social entre empresas e sociedade, como consequência de fatores e acontecimentos externos e internos às empresas - movimentos ambientais; regulamentação governamental; a nova abordagem dos aspectos de saúde e segurança do trabalho no âmbito empresarial; a exposição em pautas públicas de problemas como pobreza, poluição, desemprego, desenvolvimento social, entre outros - foram esses, responsáveis por tal alteração e pela evidência da importância do tema para a sociedade e para os negócios. Assim, em 1979 o tema é estruturado e ganha um significado mais amplo, exposto pelo autor Carroll, o qual propõe um modelo conceitual que abrange quatro áreas de atuação das organizações. (Bartoncello & Junior 2007).

O modelo conceitual de Carroll (1979) defende que a Responsabilidade Social Empresarial deve contemplar ações em quatro dimensões: “Econômica”, “Legal”, “Ética” e “Discricionária”, conforme a Figura 1

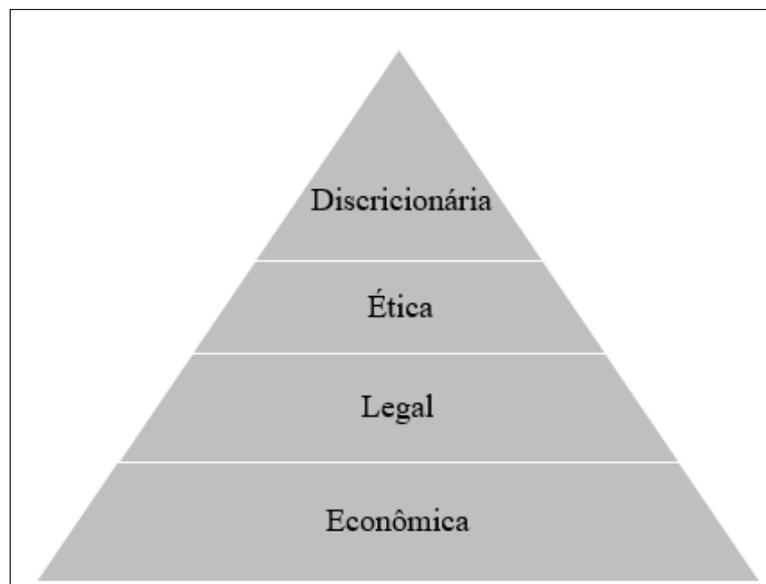


Figura 1 – Pirâmide de Carroll

Fonte: Adaptado de Carroll (1979 apud Lourenço & Shroder, 2003)

De acordo com Carroll (1979 apud Bartoncello e Junior, 2007) as empresas de natureza econômica possuem o objetivo de obter lucro, sendo isto, a base do funcionamento do sistema capitalista. Destaca-se, nesse âmbito, que a empresa lucrativa tem a responsabilidade de gerar renda, riqueza e empregos para a sociedade. Ainda segundo Carroll (1979 apud Lourenço e Shroder, 2003), a base da pirâmide, o lucro, é a principal razão para as empresas existirem, e

uma outra responsabilidade dessa esfera é entregar aos acionistas e investidores o lucro provindo de suas atividades. Também Barbieri e Cajazeira (2012) elucidam que, “antes de qualquer coisa a empresa é a unidade econômica básica da sociedade, e como tal ela tem a responsabilidade de produzir bens e serviços que a sociedade deseja, e vendê-los para obter lucro”. Ou seja, no que compete a dimensão econômica da pirâmide de Carroll (1979), destacam-se as responsabilidades da empresa de ser lucrativa para os seus acionistas e a responsabilidade de gerar renda, riqueza e empregos para a sociedade.

Na esfera da Responsabilidade Legal, entende-se segundo a visão de Barbieri e Cajazeira (2012, *apud* Oliveira, 2014), que a ação da empresa resume-se em obedecer às leis do Estado de Direito onde há atuação. A obediência implica no cumprimento integral das leis e representa para a sociedade parte do contrato social, o mínimo a se fazer e o ponto de partida do negócio. A terceira esfera da pirâmide, Responsabilidade Ética, consiste no modo de agir - modo aceito como correto pelos padrões sociais. Considera-se que as dimensões “Legal” e “Ética” são complementares, pois enquanto uma respalda-se na obediência das leis a outra respalda-se na obediência do padrão de conduta aceito pela sociedade. Para Barbieri e Cajazeira (2012) a diferença entre Responsabilidade Legal e Ética se dá “enquanto a Responsabilidade Legal refere-se à expectativa de atuar conforme a lei, a ética refere-se à obrigação de fazer o que é certo e justo, evitando ou minimizando causar danos às pessoas”.

Por fim, a Responsabilidade Discricionária, a quarta dimensão da pirâmide. O autor Carroll (1979 *apud* Bartoncello e Junior, 2007) define como a “adoção de papéis voluntários à serviço da sociedade, segundo a vontade ou julgamento individual dos gestores e da corporação”. Essa dimensão relaciona-se com a Cidadania Empresarial, pois, a postura da empresa discricionária, na maioria das vezes, consiste em organizar-se para estruturar programas e/ou projetos sociais direcionados à comunidade e comprometer-se com o bem-estar social, podendo ser considerada uma “empresa cidadã” (Barbieri & Cajazeira, 2012).

Ao atender as quatro dimensões da pirâmide de Carroll (1979) as ações de responsabilidade social alcançam toda a cadeia de stakeholders, dando-se por meio de: relações éticas com clientes internos e externos; relações de parceria com os fornecedores, de modo que, todas as vantagens e benefícios do trato comercial sejam usufruídos por ambos; por meio da produção de bens e entregas de serviços que atendam padrões universais de qualidade; pela satisfação dos usuários no atendimento de necessidades e desejos; pelo desenvolvimento da comunidade; pelo compromisso com a pesquisa e inovação tecnológica; conservação do meio ambiente; gestão participativa e participação de lucro; respeito aos direitos dos cidadãos; respeito de raças, gêneros, idades, etnias, religiões e ocupações; investimentos em saúde e segurança do trabalho; desenvolvimento profissional dos colaboradores, entre outros. Dessa forma, a Responsabilidade Social Empresarial pode ser definida como um compromisso assumido de caráter, legal, ético, discricionário e econômico pelas empresas em prol dos próprios negócios e das demais esferas sociais (Oliveira, 2014).

2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

A Responsabilidade Social no âmbito empresarial, implica, de forma geral, na adoção de ações espontâneas que suscitam o bem-estar de públicos internos e externos à organização (Neto & Froes, 1999). Com o passar dos anos, evolui-se o campo de estudo e o termo ganha variações que dizem respeito a diferentes áreas de atuação, entre essas variáveis, encontra-se o termo Responsabilidade Social Corporativa.

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC), refere-se às ações praticadas pela empresa com foco no ambiente interno e suas extensões - ações voltadas aos funcionários, colaboradores terceirizados, acionistas, etc. Os autores Neto e Froes (2004) definem a responsabilidade social corporativa como ações, onde o foco é restrito às questões sociais internas (benefícios, trabalho,

qualidade de vida no trabalho) e tem como alvo das ações os funcionários e familiares. Entende-se que os colaboradores são seres integrais e que a qualidade de suas entregas sofrem influências de questões pessoais.

Segundo Neto e Froes (2004), a RSC tem como resultados fatores que vão além de melhorias para os colaboradores, o resultado esperado não se refere apenas à melhoria da qualidade de vida de seus empregados e familiares, mas, sobretudo, ao aumento do empenho, do comprometimento, da motivação e da produtividade. Verifica-se que as ações de RSC geram resultados significativos para a organização, acentuando em seus colaboradores características fundamentais de crescimento profissional.

Ações que visam a melhoria do ambiente de trabalho, resultam em benefícios à organização, como um bom ambiente de trabalho mais produtivo e, conseqüentemente, uma maior lucratividade. Também favorece a inovação e a criatividade, estimula o trabalho em equipe, o engajamento dos profissionais na superação de desafios e a conquista de objetivos, Gonçalves (2006). As ações exercidas nessa esfera se dão por meio de: gestão participativa; valorização da diversidade; boa relação com trabalhadores terceirizados; política de remuneração, benefícios e carreira; comportamento ético nas demissões; preparação para a aposentadoria; programas de saúde e prevenção de doenças; segurança do trabalho, entre outras.

Neto e Froes (2004) afirmam, como ativos sociais, os empregados socializam e transformam a organização. Suas atitudes e seus comportamentos agregam valores à empresa. Dessa forma os colaboradores se tornam grandes propagadores, para os *stakeholders* externos, das ações praticadas pela organização. Algumas empresas optam pelo trabalho de voluntariado, oferecendo aos seus colaboradores oportunidade de participar de ações em causas sociais juntamente com a organização, essas ações além de beneficiarem a sociedade proporciona aos funcionários melhora na saúde mental e física, permite que o colaborador ofereça suas habilidade em favor do próximo, ou até mesmo a descoberta de uma nova habilidade, desenvolve o trabalho em equipe, reduz o estresse, evitando as doenças mentais como depressão e ansiedade, dentre outros benefícios. Segundo Vergara e Branco (2001) “Na mesma direção, profissionais talentosos estarão, mais e mais, sentindo-se atraídos por empresas comprometidas com o crescimento das pessoas e com causas sociais e ecológicas”. Entende-se que organizações que exercem a Responsabilidade Social Corporativa tendem a atrair profissionais qualificados e a retenção de talentos que se desenvolveram e absorveram a cultura da organização.

Com colaboradores satisfeitos, seguros, motivados e comprometidos a organização faz-se apta a promover ações de Responsabilidade Social externas (Tenório, 2006). Dessa forma entende-se que com ações efetivas de Responsabilidade Social Corporativa, a organização se torna capaz de praticar as ações de responsabilidade para com a sociedade..

2.3 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL (RSA)

O sentido de responsabilidade nas organizações com maior crescimento nos últimos anos foi o da Responsabilidade Sócio-Ambiental (RSA). O termo foi criado como uma resposta natural das empresas, aos novos segmentos de consumidores que se preocupam com questões sociais e ambientais (Tachizawa & Polo, 2007). Para Barbieri (2006) essa nova perspectiva de responsabilidade permite conectar as empresas com o conceito de organização sustentável: que busca eficiência econômica, gerindo e respeitando os recursos ambientais e promovendo justiça social.

Ademais, a RSA busca relacionar-se ao propósito das empresas de adotarem uma postura voltada às questões éticas da sociedade, de cidadania, bem estar dos indivíduos e das questões relacionadas ao meio ambiente (Abramavoy, 2009). Nesse sentido, a RSA estaria ligada ao conceito de ética, elemento fundamental para a tomada decisões em todas situações das organizações que optem por esta prática.

O exercício da RSA é um elemento que se apresenta em todo corpo da organização, sendo fundamental ela conhecer sua missão e as expectativas dos seus stakeholders (Queiroz et al., 2005). Isto se faz necessário, pois determinadas ações não visam o lucro, mas outros objetivos organizacionais estabelecidos na visão da empresa (Takeshy, 2002). Entretanto, para isso é necessário que ela passe por uma mudança em sua cultura organizacional, quebrando paradigmas pré estabelecidos e implementando uma cultura sustentável a longo prazo (Barbieri, 2006).

Neste contexto, toda a gestão da organização com RSA buscará o crescimento da esfera econômica, ambiental e social, atrelado a relações de longo prazo com seus clientes e fornecedores. Esses fatores, favorecem o marketing social das empresa, que é usado muitas vezes como ponto estratégico para atingir novos mercados (Dalmoro; Venturini e Pereira, 2009). Somado a este fator, diversos indicadores foram criados para identificar as práticas e intensidades das ações de RSA (Queiroz et al., 2005).

3 MÉTODO

Como método desta pesquisa, utilizou-se da Revisão bibliométrica que utiliza dados bibliográficos de bancos de dados dos documentos científicos para fornecer um mapeamento do conhecimento, do desenvolvimento e dos avanços da temática pesquisada (Zupic & Cater, 2015).

Nesta seção são abordados os meios propostos para atingir o objetivo da pesquisa. O Quadro 1 sintetiza a metodologia adotada para o presente estudo.

MATRIZ METODOLÓGICA	
Natureza da Pesquisa	Exploratória (Perovano, 2016).
Abordagem Metodológica	Quali- Quantitativa (Flick, 2013; Creswell, 2010; Lima, 1986).
Unidade de análise	Anais ADMPG de 2004 a 2018.
Técnica de coletas de dados	Bibliografia (Perovano, 2016).
Instrumentos de coletas de dados	Roteiro de análise dos artigos.
Análise dos dados	Leitura estruturada dos artigos e software Microsoft Excel.

Quadro 1 – Síntese metodológica
Fonte: Adaptado de Dias (2018).

Foi realizada uma pesquisa exploratória bibliográfica com intuito de verificar a abrangência da temática responsabilidade social nos trabalhos enviados para os anais do congresso internacional ADMPG nos anos de 2004 a 2018. Além disso, a pesquisa auxiliou na compreensão e ampliação dos conhecimentos relativos ao tema estudado (Perovano, 2016).

Para iniciar a extração dos artigos foi adotada como base de dados os anais ADMPG devido a relevância e tradicionalidade desse congresso internacional dentro da área científica da administração. Esse evento teve seus primórdios em 15 de Junho de 1988 com a realização no auditório da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) do "I Encontro de Controle de Qualidade", com o intuito de informar os acadêmicos do curso de Administração sobre as idéias que estavam revolucionando o mundo na década de 1980. Seus organizadores a UEPG, a Associação Comercial, Industrial e Empresarial de Ponta Grossa (ACIPG) e a Federação das Indústrias do Estado do Paraná (FIEP) buscavam principalmente a integração entre Universidades e Empresas (ADMPG, 2017).

Devido o significativo sucesso alcançado nos três primeiros Encontros de Qualidade os organizadores decidem realizar um novo e mega evento o "1º Ciclo de Palestras de Administração e IV Encontro de Qualidade e Produtividade". Em 2003, depois do 13º Ciclo de Palestras de Administração, o Ciclo de Palestras de Administração passa a chamar-se "Fórum de Administração" e recebe a sigla "ADM 2003". Constatado o enorme sucesso do Fórum de Administração, o Grupo Gestor toma a decisão de transformar o evento em "Congresso Internacional de Administração" ADM 2004, com chamada de trabalhos para apresentação de artigos científicos. Atualmente ele é o maior Congresso de Administração da América Latina e possui posição de destaque entre os congressos internacionais dessa área de conhecimento (ADMPG, 2017).

Foram selecionados os últimos 15 anos, de 2004 a 2018, pois o trabalho visa identificar as publicações científicas acerca da aplicação da temática responsabilidade social desde no início do congresso. Os anos de 2007 e 2008 não foram analisados pois os artigos não estão disponíveis nos anais.

Esse estudo tem uma abordagem de pesquisa de métodos mistos pois emprega a combinação de abordagens quantitativas e qualicativas (Creswell, 2010). Quantitativos pois realiza um tratamento quantitativo das propriedades e do comportamento da informação registrada” (Lima, 1986, p.127). Mas também é qualitativa uma vez que serve como meio para explorar o significado atribuído ao problema por meio de um estilo indutivo para interpretação de sua complexidade (Creswell, 2010). Segundo Flick (2013) a seleção das amostras nas pesquisas qualitativas são realizadas propositalmente como ocorreu em relação aos anais do ADMPG.

Além disso, o autor aponta que essas pesquisas qualitativas são projetadas para serem o mais abertas possíveis de modo que os artigos consigam ser “analisados extensivamente em sua complexidade” (Flick, 2013, p. 24). Devido a isso, apesar das questões fechadas dos roteiros de análise optou-se por incluir observações gerais e específicas de alguns itens.

Como técnica de coleta de dados optou-se pela pesquisa bibliográfica pois ela possibilita a reunião das informações e dados relevantes que servirão de base para a construção da investigação (Perovano, 2016). Ademais, as revisões bibliométricas são geralmente bibliográficas sendo realizadas em base de dados de artigos científicos, para identificar o estado da arte da temática estudada.

Segundo Zupic e Cater (2015) a Revisão bibliométrica possui as seguintes etapas:

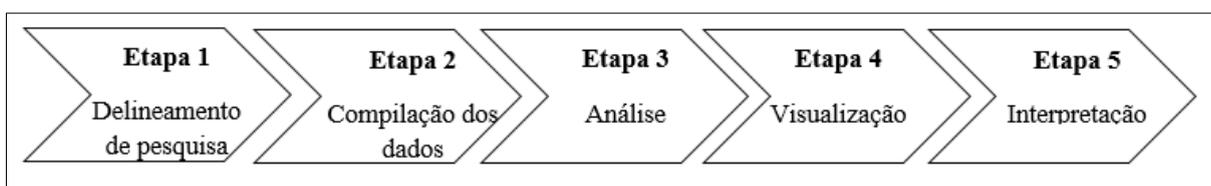


Figura 2 – Etapas de aplicação da bibliométrica.

Fonte: Adaptado de Zupic e Cater (2015).

Nessa primeira etapa foi realizada uma revisão de escopo, que auxiliou na construção da questão problema e objetivo do artigo. Essas leituras facilitaram na definição dos critérios de seleção e análises dos textos. Foram selecionados os artigos que continham no nome o termo responsabilidade, ou que apesar de no nome não conter no título sugeria a temática de responsabilidade, ou que estavam dentro da grande área temática de “Gestão de Processos, Sustentabilidade e Responsabilidade Social”, assim foram filtrados o total de 109 artigos.

Posteriormente, na etapa 2, foi realizada a leitura completa observando o roteiro de análise dos artigos. O roteiro além do ano e nome da publicação buscava fazer uma identificação dos seguintes itens: 1) método, 2) abordagem, 3) qual o tipo de responsabilidade que o artigo abordava, 4) quais práticas eram identificadas, 5) quem era o agente e, 6) quem era o usufruinte.

Foram estruturadas questões fechadas nos itens 1, 2, 3, 5 e 6. O item 1, método, tinha as seguintes classificações: Estudo de Caso, Survey, Documental, Bibliográfica e Outro. No item 2, abordagem, as classificações eram: Qualitativa, Quantitativa e Quali-quantitativa. Em relação ao item 3, tipo de responsabilidade que o artigo abordava: havia as seguintes classificações: Responsabilidade Social, Social Empresarial, Socioambiental, Ambiental e Corporativa.

No item 5, referente a identificação do agente que realiza as ações, as classificações eram: Empresa, Universidade e Terceiro Setor. Enquanto no item 6, referente a quem era o usufruinte das ações propostas, havia as seguintes classificações: Colaboradores, Terceiro Setor, Universidades, Meio Ambiente e Sociedade.

Ressalta-se que apesar de serem questões fechadas os itens 3, 5 e 6 têm observação, pois sabe-se das complexidades dos temas propostos e que muitas vezes a questão fechada não é suficiente para dar conta as particularidades e peculiaridades de determinados casos abordados dentro dos trabalhos científicos analisados. No item 4 optou-se por utilizar uma questão aberta para identificar as práticas adotadas.

4 RESULTADOS

4.1 Evolução da Produção Intelectual

A Figura 3 apresenta o volume de produção acerca do tema responsabilidade nas organizações nos anais do ADMPG. É possível verificar que o tema foi abordado durante todos os anos do evento, com destaque para o ano de 2011 e 2014 que tiveram 12 artigos publicados.

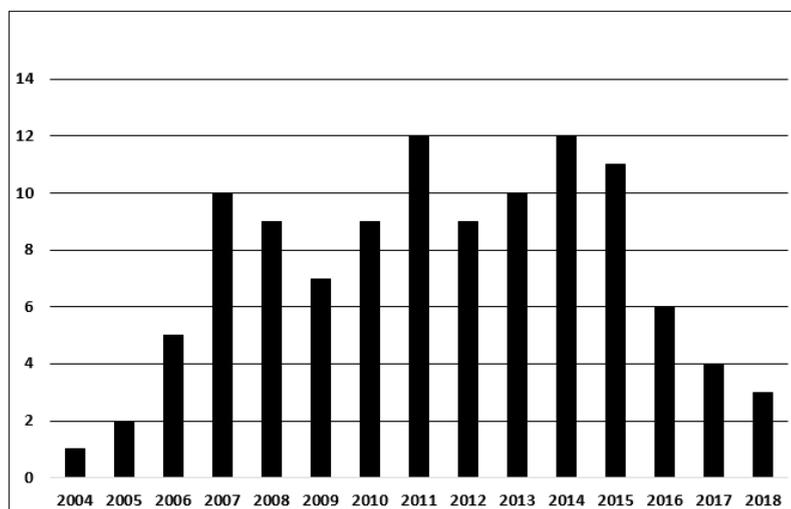


Figura 3 – Evolução da Produção Intelectual

O ano de 2016 foi o ano com a maior queda no volume de artigos acerca do tema, tendo somente 45% de artigos comparado ao evento anterior. Esse fator pode estar associado a diminuição de práticas de responsabilidades social frente a crise financeira enfrentado por empresas brasileiras após o ano de 2015 (Matos, 2018).

4.2 Abordagem utilizada pelos autores

A análise da Tabela 1 mostrou que a maioria dos estudos utilizou a abordagem qualitativa, com destaque para o ano de 2004, 2011 e 2017 onde não houve ocorrência de outras abordagens. Nota-se uma baixa adesão de uma abordagem mista, recomendado por Pelozo e Shang (2011) para uma melhor compreensão da responsabilidade por parte das organizações. A maioria dos estudos que utilizaram a abordagem quantitativa, utilizou-se de indicadores financeiros somente, deixando de lado a esfera ambiental e social.

Ano	Qualitativa	Quantitativa	Quali-quant
2004	1	0	0
2005	1	0	1
2008	7	1	1
2009	4	1	2
2010	4	2	2
2011	13	0	0
2012	6	0	2
2013	5	2	3
2014	6	3	1
2015	7	1	1
2016	5	1	0
2017	4	0	0
2018	2	1	0

Tabela 1 – Abordagem

4.3 Método utilizado pelos artigos

A análise dos métodos, na Tabela 2, mostrou a predominância de estudos de casos. O resultado vai ao encontro do que Carroll e Shabana (2010) identificou em sua revisão. O evento também contou com uma presença significativa de artigos bibliográficos, que discutiam a teoria face a diferentes contextos. Nota-se também, uma baixa presença de surveys comparado aos outros métodos.

Ano	Estudo de Caso	Survey	Documental	Bibliografia
2004	1	0	0	0
2005	1	1	0	0
2008	2	2	2	4
2009	1	1	2	4
2010	5	2	1	2
2011	5	1	3	4
2012	6	2	0	1
2013	2	4	2	5
2014	2	1	3	9
2015	5	0	4	7
2016	2	1	0	4
2017	4	1	0	0
2018	3	0	0	0

Tabela 2 – Métodos

4.4 Conceito utilizado pelos autores

Na Tabela 3 são abordados os enfoques da responsabilidade que os autores apontaram nos artigos. Alguns autores, utilizaram dois enfoques diferentes, sendo apontado duas vezes na frequência. Além dos termos RSC, RSE e RSA abordados no referencial, alguns autores realizaram trabalhos sobre a Responsabilidade Ambiental, quando os trabalhos abrangem somente ações e práticas ambientais, e outros sobre Responsabilidade Social, quando as ações atingem alguma organização do terceiro setor, externo a empresa.

	RSC	RSE	RSA	Ambiental	Social
2004	0	1	0	0	0
2005	1	1	0	0	1
2008	0	6	1	0	0
2009	3	1	1	1	2
2010	0	4	0	1	2
2011	3	5	2	1	2
2012	2	5	2	3	4
2013	0	2	0	1	3
2014	1	3	3	2	3
2015	0	2	6	0	1
2016	0	3	1	0	2
2017	0	2	1	0	1
2018	1	2	0	0	1

Tabela 3 – Conceito de RS

Nota-se que uma maior frequência na prática do RSE, como esperado por ser o conceito mais difundido de responsabilidade, Voegtlin e Greenwood (2016). Entretanto, todos os outros enfoques tiveram artigos abordados na maioria dos anos. O enfoque da Responsabilidade Ambiental esteve presente no período de 2009 a 2014, não sendo encontrados artigos após esse período.

4.5 Práticas de Responsabilidade Social

A Tabela 4 refere-se a ações ou exemplos de ações de responsabilidade social apresentadas nos artigos. As ações, em sua maioria, aparecem nos artigos que utilizaram como método o estudo de caso e com maior ocorrência entre os anos de 2010 a 2012. As ações verificadas nos artigos apresentam-se em diversas áreas, considerando a responsabilidade social empresarial, observa-se que a maioria delas acontecem nas dimensões "econômica", "social" e "ambiental".

	Ações
2004	0
2005	1
2008	5
2009	5
2010	8
2011	9
2012	6
2013	3
2014	4
2015	5
2016	3
2017	2
2018	1

Tabela 4 – Práticas de RS

Na dimensão econômica, as ações baseiam-se na redução e reutilização de recursos - exemplo: desenvolvimento de programas de boas práticas de fabricação com o objetivo de reduzir desperdícios e otimizar recursos; economia de energia elétrica e água; venda de resíduos da produção para empresas que os utilizam como matéria-prima; entre outros. Na dimensão social, de forma geral, as ações consistem na valorização do capital humano e em ações pontuais para a comunidade - exemplo: reserva de vagas para contratação pessoas com deficiência; oferta de empregos para as pessoas que moram próximo a empresa; programas de conscientização sobre saúde e bem-estar; capacitação dos funcionários por meio de treinamentos internos e custeio de cursos técnicos e superiores; apoio e/ou desenvolvimento de atividades voltadas para a sociedade, como eventos culturais, esportivos e sociais; apoio a organizações sem fins lucrativos, outros. E por fim, na dimensão ambiental, verifica-se como ações práticas de reciclagem; reuso de água; descarte correto de resíduos líquidos, sólidos e químicos; investimentos em áreas de recuperação ambiental e lojista reversas; etc.

4.6 O agente da ação de Responsabilidade Social

A análise da Tabela 5 aponta que os agentes responsáveis por executar as ações de responsabilidade social estão em três contextos: empresa, universidade e terceiro setor. Dentre os agentes, a maior ocorrência está no âmbito empresarial e o maior número de ocorrências concentra-se no ano de 2011. Nota-se também, um baixo percentual de ações providas do terceiro setor.

	Empresa	Universidade	Terceiro Setor
2004	1	0	0
2005	2	0	0
2008	9	0	0
2009	4	3	0
2010	7	0	2
2011	10	0	1
2012	4	4	1
2013	3	7	0
2014	8	3	1
2015	9	0	0
2016	5	1	0
2017	3	1	0
2018	3	0	0

Tabela 5 – Agente da Ação

4.7 O contexto das ações de Responsabilidade Social

A Tabela 6 refere-se ao contexto no qual os agentes realizam as ações, assim como quem se beneficia das mesmas. Verificou-se nos artigos que algumas ações abrangem mais de um contexto e que esse movimento tem maior ocorrência nas ações decorrentes da Responsabilidade Social Empresarial. O maior número de ações concentra-se no contexto “sociedade”, em seguida no “meio ambiente” e “colaboradores”.

	Colaboradores	TerceiroSetor	Universidade	Meio ambiente	Sociedade
2004	1	0	0	0	0
2005	2	0	0	0	1
2008	3	2	0	2	6
2009	2	1	1	3	6
2010	1	2	0	6	6
2011	6	0	0	4	8
2012	3	1	3	4	3
2013	3	1	4	1	8
2014	4	1	2	6	7
2015	4	1	0	7	8
2016	4	1	2	3	4
2017	2	2	1	3	4
2018	2	0	0	1	1

Tabela 6 – Contexto das Ações

5 CONCLUSÃO

O objetivo deste artigo foi analisar o tema responsabilidade social nos anais do maior congresso de Administração da América Latina. Para tanto foi realizada uma análise bibliométrica tendo como base de consulta, os artigos encontrados na base de dados do evento. Como os resultados da pesquisa apontaram, a Responsabilidade Social é um tema com distintas interpretações e diversos enfoques de análises dos autores.

Os achados apontam uma queda acentuada do volume de artigos referente ao tema nos últimos três anos. Foi constatada a predominância de artigos que utilizaram a abordagem qualitativa e

como método o estudo de caso. De forma geral, foi constatada a frequência das três vertentes com maior difusão do conceito (RSC, RSE e RSA), com predominância da vertente empresarial.

A variedade de ações presentes nesses artigos abordam tanto aspectos econômicos, ambientais e sociais. Nota-se que as ações, em sua maioria, parte de empresas em benefício da sociedade, posteriormente ao meio ambiente e em terceiro lugar de seus colaboradores.

Por fim, como limitação de pesquisa, fica apontando a impossibilidade de acessos a dois anos de publicações do evento. Pesquisas futuras podem realizar as análises em periódicos nacionais e internacionais, além de realizar uma revisão sistemática da literatura para mapear o estado da arte.

REFERÊNCIAS

- Abramavoy, R. (2009). Responsabilidade socioambiental: as empresas no meio ambiente, o meio ambiente nas empresas. economia socioambiental. São Paulo: SENAC, 335-356.
- Congresso Internacional de Administração. (2017). *Histórico: o maior Congresso de Administração da América Latina*. Ponta Grossa: Autor. Recuperado de <http://www.admpg.com.br/2017/index.php?id=92&submenuheader=0>.
- Barbieri, J. C. (2017). Gestão ambiental empresarial. Editora Saraiva.
- Barbieri, J. C., & Cajazeira, J. E. R. (2009). Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável. São Paulo: Saraiva.
- Bertoncello, S. L. T., & Chang Júnior, J. (2007). A importância da responsabilidade social corporativa como fator de diferenciação. *FACOM–Revista da Faculdade de comunicação da FAAP*.(17), 70-76.
- Bowen, H. R. (1957). Responsabilidades sociais do homem de negócios. Editora Civilização Brasileira.
- Caixeta, J. E., & de Sousa, M. D. A. (2013). Responsabilidade social na educação superior: contribuições da psicologia escolar. *Psicologia Escolar e Educacional*, 17(1), 133-140.
- Carrol, 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
- Chiavenato, I. (2009). Recursos humanos: o capital humano das organizações. In *Recursos Humanos: O capital Humano das Organizações*.
- Creswell, J. W. (2010). *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. Porto Alegre: Artmed.
- Dalmoro, M., Venturini, J. C., & Pereira, B. A. D. (2009). Marketing verde: responsabilidade social e ambiental integradas na envolvente de marketing. *RBN: Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 11(30), 38-52.
- De Melo Neto, F. P., & Froes, C. (2004). Gestão de responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro. Qualitymark Editora Ltda.
- Dias, K. T. S. (2018). *A logística reversa no varejo supermercadista como um subprocesso da gestão de retornos de embalagens plásticas e de papelão* (Dissertação de Mestrado). Universidade Estadual Paulista “Júlio De Mesquita Filho” Faculdade De Ciência E Engenharia, Tupã, SP, Brasil.
- Flick, U. (2013). *Introdução a metodologia de pesquisa*. Porto Alegre: Penso..
- Gonçalves, B. S. (2006). Responsabilidade social empresarial nos processos gerenciais e nas cadeias de valor. São Paulo: Instituto Ethos.
- Lourenço, A., & SCHRÖDER, D. D. S. (2003). Responsabilidade Social das Empresas: a contribuição das universidades. Vol. II. São Paulo: Petrópolis: Instituto Ethos.

- Oliveira, L. L. S. (2014). Econômica, legal, ética e discricionária: uma análise das dimensões de responsabilidade social da empresa Sementes Guerra. Pato Branco: Universidade Tecnológica Federal do Paraná.
- Neto, M., & y FROES, F. P. (1999). César. Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Qualitymark.
- Pelozo, J., & Shang, J. (2011). How can corporate social responsibility activities create value for stakeholders? A systematic review. *Journal of the academy of Marketing Science*, 39(1), 117-135.
- Perovano, D. G. (2016). *Manual de metodologia da pesquisa científica*. Curitiba: InterSaberes.
- Queiroz, a., Cardoso, a. J. G., de Souza, a. A., Teodósio, a. D. S. D. S., ventura, e. C. F., veloso, l. H. M., ... & chaves, J. B. L. (2005). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. Editora Saraiva.
- Tenório, O. F. G. (2015). *Responsabilidade social empresarial: teoria e prática*. Editora FGV.
- Vergara, S. C., & Branco, P. D. (2001). Empresa humanizada: a organização necessária e possível. *Revista de Administração de Empresas*, 41(2), 20-30.
- Voegtlin, C., & Greenwood, M. (2016). Corporate social responsibility and human resource management: A systematic review and conceptual analysis. *Human Resource Management Review*, 26(3), 181-197.
- Tachizawa, T. (2002). *Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira*. São Paulo: Atlas.
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472..