

**Desempenho Social Corporativo (CSP): Fundamentos, Modelos E Sua Relação Com Desempenho Financeiro (CFP)**

**MARIA DA GRAÇA DE OLIVEIRA CARLOS**  
CENTRO UNIVERSITÁRIO ESTÁCIO DO CEARÁ

**DAFNE OLIVEIRA CARLOS DE MORAIS**  
FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS - FGV

# Desempenho Social Corporativo: Fundamentos, Modelos E Sua Relação Com Desempenho Financeiro

## 1. Introdução

O estudo da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) revela um construto complexo em múltiplas dimensões, se tiver em conta os aspectos que abordam os pilares ambiental, social, econômico, de voluntarismo e do stakeholder (DAHLSRUD, 2006). Não existe uma definição para RSE unanimemente aceita, assim como não são claros nem acordados os fundamentos morais do seu significado, o que persegue o debate sobre o tema desde sua origem (FREDERICK, 2006). Nessa direção Dahlsrud, 2006 realizou uma pesquisa abrangente, analisando 37 das definições mais comumente usadas., verificando que existem muitas semelhanças entre essas, contudo não fornecem orientações sobre como as dimensões devem ser equilibrados um contra o outro para a tomada de decisão. De modo geral, contudo, a RSE compreende a noção de que as organizações têm de atender às expectativas da sociedade (GÖSSLING; VOCHT, 2007). A pressão pela responsabilização das empresas tem evoluído de modo crescente, contemplando os aspectos legais, sociais, morais e financeiros, não se tratando mais de escolher entre priorizar indivíduos ou acionistas (WADDOCK, 2004).

Nesse contexto, a transparência dos mercados tem se tornado crescente e as restrições institucionais com relação à conduta social se estendem aos cidadãos entidades, ao tempo em que as exigências dos clientes têm se revelado mais fortemente (BEURDEN; GÖSSLING, 2008). Com isso, a forma como as empresas se compromete com práticas responsáveis e assumem RSE passa a ser considerada (BARNETT; SALOMON, 2006).

O século XXI trouxe a formalização de práticas de gestão e de operações que permitiram avanços na responsabilidade social levada a cabo como diretriz. Nesse sentido, no ano de 2010, a ISO 26000 teve seu lançamento, como resultado de um estudo multipartite com especialistas de mais de 90 países e 40 organizações internacionais e em cujo teor foram estabelecidas importantes questões sobre a RSE, com a definição de seu escopo de atuação como uma proposta de padrão, suas prioridades, e os temas centrais a serem abordados pelas organizações. A temática estabelecida na ISO 26000 abrange: governança organizacional, direitos humanos, práticas de trabalho, meio ambiente, práticas legais de operação, questões relativas ao consumidor, envolvimento e desenvolvimento da comunidade. Tais avanços mudam o foco da atenção das empresas, de uma orientação voltada somente a objetivos financeiros para uma abordagem ampliada, que envolve os seus públicos intervenientes.

A RSE aborda o bem-estar de todos os stakeholder de uma entidade, sejam primários ou secundários, inclusive os concorrentes. As companhias devem reconhecer o impacto econômico, social e ambiental de suas operações e ações na vida das pessoas e no meio ambiente e por isso devem minimizar efeitos adversos e maximizar os benefícios da sua atuação (IDOWU; LEAL FILHO, 2009).

Bowen considera que as empresas, devido a sua dimensão e proliferação crescentes, haviam adquirido uma influência alargada na estruturação e desenvolvimento das sociedades e assim esse poder crescente deveria ser acompanhado por um aumento da responsabilidade, com a comunidade e sociedade, constituindo, portanto, a RSE a obrigação de os empresários adotarem políticas e práticas adequada aos objetivos e valores da sociedade (BOWEN, 1953).

O conceito de desempenho social corporativo ou *Corporate Social Performance* (CSP) é uma extensão dos conceitos de RSE, que coloca mais ênfase sobre os resultados alcançados. O foco de atuação em CSP pretende sugerir que o que realmente importa é o que as empresas são capazes de realizar, os resultados ou efeitos de suas iniciativas de responsabilidade social e a adoção de uma postura ou estratégia de resposta (KOBBER, 2010). O CSP é uma forma de fazer com que a RSE seja aplicável e que se possa colocá-la em prática (MAROM, 2006). A RSE

não é uma variável e, portanto, é impossível de medir. O CSP, por outro lado, embora difícil de medir, pode ser transformado em variáveis mensuráveis.

O presente estudo é um ensaio teórico e contribui para discussão da temática no campo a partir do levantamento e revisão dos principais modelos de CSP suas propostas, indicadores. As implicações práticas da pesquisa apontam na direção de disponibilizar uma breve síntese do conhecimento teórico conquistado sobre as principais alternativas de mensuração do CSP, possibilidades de impacto no desempenho financeiro e sua aplicabilidade, sem a pretensão de esgotar o assunto.

## **2. Problema de Pesquisa e Objetivo**

Desse modo, se a sociedade pode decidir que as empresas têm responsabilidades para com as partes interessadas, pode-se esperar que as corporações devam ser responsabilizadas por seu desempenho social (GÖSSLING, 2003). Tal abordagem, no âmbito dos negócios conduz a uma relevante questão: Como o Desempenho Social Corporativo (CSP) pode ser medido?

A partir do contexto levantado e dos aspectos apontados nos estudos, a presente pesquisa tem como objetivo geral: Analisar os principais modelos de Desempenho Social Corporativo (CSP) apresentados na literatura evidenciando as perspectivas de mensuração e sua relação com desempenho financeiro corporativo (CFP).

## **3. Desempenho Social Corporativo: Fundamentos**

O conceito de Desempenho Social Corporativo, do inglês *Corporate Social Performance* ou CSP, é uma extensão dos conceitos de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), que coloca mais ênfase sobre os resultados alcançados. O foco de atuação em CSP pretende sugerir que o que realmente importa é o que as empresas são capazes de realizar, os resultados ou efeitos de suas iniciativas de responsabilidade social e a adoção de uma postura ou estratégia de resposta (KOB, 2010).

O CSP é uma forma de fazer com que a RSE seja aplicável e que se possa colocá-la em prática (MAROM, 2006). A RSE não é uma variável e, portanto, é impossível de medir. O CSP, por outro lado, embora difícil de medir, pode ser transformado em variáveis mensuráveis. O CSP se constitui em uma medida que avalia o desempenho de uma organização no atendimento dos interesses de seus *stakeholders*, conseqüentemente, CSP é uma medida agregada de observação indireta (BOAVENTURA; SILVA; BANDEIRA-DE-MELLO, 2012). Para os autores os *stakeholders* mais considerados para mensurar o desempenho social envolvem o meio ambiente, funcionários, comunidade, clientes, fornecedores e acionistas. (BOAVENTURA; SILVA; BANDEIRA-DE-MELLO, 2012).

Ambos, CSP e CFP são grandes meta-construtos, cujas diferenças de definição tornam difícil a sua categorização. Embora existam diversas abordagens para medir os dois, os diferentes resultados das pesquisas podem ser comparados se a comparação leva em consideração as diferenças de medição (GRIFFIN; MAHON, 1997). Nesse sentido, grande parte da pesquisa existente sofre de limitações empíricas e teóricas importantes (MCWILLIAMS; SIEGEL, 2000). Em pesquisa e consultoria no campo existem diferentes abordagens. O que todas essas abordagens têm em comum é que eles são construtos multidimensionais que medem o comportamento organizacional em uma ampla gama de dimensões, tais como investimentos em equipamentos de controle de poluição, o investimento sustentável e comportamento interno, ou uma ampla gama de processos, tais como o tratamento de mulheres e as minorias, as relações com os clientes, e os resultados, tais como relações comunitárias e programas filantrópicos (WADDOCK; GRAVES, 1997).

O CSP avalia a postura geral de uma empresa em relação a uma gama complexa de questões relevantes para a área social (GRAVES; WADDOCK, 1999). A literatura sobre CSP considera abordagens distintas para a definição de CSP, contudo, os temas recorrentes incluem

o envolvimento de todos os públicos interessados, o foco sobre os problemas sociais e humanos, em vez de decisões puramente econômicas, e a criação global de riqueza e melhoria da sociedade (DAHLSRUD, 2008).

#### **4. Desempenho Social Corporativo: Modelos**

Como base para descrição do CSP, o presente estudo apresenta os modelos de maior destaque da literatura, considerando um recorte desde 1979 até 2015 e englobando uma seleção de oito modelos. Não se pretende esgotar a literatura de todos os modelos que podem representar CSP, mas apresentar um apanhado geral, representativo dessa literatura. A seguir são abordados os modelos de Carrol (1979), Sethi (1975), Wartick e Cochran (1985), Wood (1991), Orlitzky e Benjamin (2001), Beurden e Gössling (2008), Fauzi (2009) e Wang, Dou e Jia (2015).

##### **4.1 O modelo de Carroll (1979)**

Carroll (1979) descreveu a RSE, indo além das preocupações econômicas e jurídicas, e considerou essa responsabilidade adicional como um aspecto do CSP. Além disso, outros dois aspectos do CSP foram objeto de definição do seu estudo. O primeiro é a enumeração das questões a que a responsabilidade social está ligada, as quais estão sujeitas a alterações e diferem entre as indústrias. O segundo aspecto é uma especificação da filosofia de resposta, que pode ser descrito como a capacidade de resposta social. Estes aspectos são importantes, pois estão inter-relacionados e permitem construir a ligação entre responsabilidade social e desempenho social. Cada um destes aspectos necessita de elaboração. Para Carroll (1979), a corporação tem como finalidade alcançar resultados econômicos positivos, mas ao realizar o seu negócio a companhia deve ter responsabilidade para com a sociedade e assumir seu compromisso.

O primeiro aspecto, que trata das questões associadas a RSE envolvem três pontos distintos do desempenho social corporativo, que devem ser articulados e inter-relacionados:

- a) Uma definição básica de responsabilidade (i.é será que nossa responsabilidade vai além dos aspectos econômicos?);
- b) Uma listagem das questões pelas quais a responsabilidade social existe (i.é, quais são as áreas sociais – meio ambiente, produto, segurança, discriminação – em qual nós temos responsabilidade?);
- c) O terceiro componente trata da responsividade social que é o aspecto do modelo que aborda a filosofia, modo ou estratégia por trás de negócios e da gestão que dá respostas à responsabilidade social e às questões sociais.

Assim, o primeiro ponto trata de definir a responsabilidade. Carroll (1979) explica que a RSE se constitui de quatro elementos concernentes às dimensões a seguir:

- a) Econômica – refere-se a responsabilidades tais como desempenho consistente maximizando os ganhos, compromisso com a lucratividade, lucros consistentes;
- b) Ética – diz respeito a possuir desempenho consistente com as expectativas morais e éticas da sociedade; reconhecer, respeitar e agir de acordo com as expectativas e os valores éticos e morais adotados pela sociedade;
- c) Legal – refere-se às responsabilidades, como ter um comportamento e desempenho de acordo com as leis as leis, cumprir regulamentos federais, estaduais e locais.
- d) Discricionária – ou volitiva, aquela sobre a qual a sociedade não tem nenhuma mensagem clara para o negócio. Elas são deixadas para julgamento e escolha individual. Talvez seja impreciso chamar essas expectativas de responsabilidades por serem a critério da empresa; no entanto as expectativas da sociedade existem para empresas assumem papéis sociais para além dos descritos até o momento. Esses papéis são puramente voluntários, e a decisão de

assumi-las é guiada apenas pelo desejo do negócio de se envolver em papéis sociais não obrigatórios, não exigidos por lei, e nem esperadas de empresas em um sentido ético.

O segundo ponto do modelo de desempenho social de Carroll trata das questões sociais que são objeto de atuação das empresas como fatores de envolvimento social. Carroll (1979) aponta que tais questões mudam e são bastante diferentes nos setores de atividade. Além disso, não parece haver consenso de gestores quanto à relevância geral de questões sociais a selecionar. Assim, cabe reconhecer que as questões sociais necessitam ser identificadas como aspecto importante do desempenho social das empresas.

Por fim, o terceiro ponto trata da responsividade social que é o componente do modelo que aborda a filosofia, modo ou estratégia por trás de negócios e da gestão que dá respostas a responsabilidade social e às questões sociais. Carroll (1979) explica que o uso do modelo pode ajudar a refletir sobre quais são abordagens, aspectos ou pontos dominantes que levam o CSP. Tal modelo pode ser adotado por gestores, na compreensão de que a RSE não pode ser separada do desempenho econômico, bem como pela academia, que pode ajudar na sistematização das questões importantes e do conceito de RSE.

#### 4.2 O modelo de Sethi (1975)

Algumas definições de CSP consideram o grau em que uma organização emprega iniciativas socialmente responsáveis. Essas incluem processos socialmente sensíveis, políticas ou programas projetados para gerenciar relações sociais, bem como os impactos e resultados dessas ações, programas ou políticas (HILLMAN; KEIM, 2001; WOOD, 1991). Alguns estudiosos (GOLL; RASHEED, 2004; SCHOLTENS, 2008) sugerem que o CSP engloba os níveis institucionais, organizacionais e individuais de comportamento em RSE. Outros expandem essas categorizações, incluindo também as questões ambientais, as considerações das partes interessadas, as questões de gestão e impactos sociais (HILLMAN; KEIM, 2001).

Sethi (1975) afirma que o desempenho social da corporação é temporal e culturalmente determinado. Para o autor, uma determinada ação pode ser socialmente responsável se considera uma estrutura temporal e ambiental *ad referendum* das partes envolvidas. Isso significa que uma mesma situação ou atividade empresarial pode ser considerada mais ou menos socialmente responsável ante circunstâncias e aspectos socioculturais aceitos e socialmente irresponsáveis em outro momento, ocasião e circunstâncias distintas (SETHI, 1975, p. 59).

O autor considera que a legitimidade é o indicador mais adequado para avaliação de desempenho social das corporações, haja vista a relevância de validação das ações e posturas corporativas pela sociedade, consolidando na presença das dimensões referentes à obrigação social, responsabilidade social ou responsividade social no comportamento corporativo. As organizações que se destacam no CSP são aquelas que integram as várias formas de responsabilidade social da sua empresa em valores, cultura, missão, estratégia e tomada de decisão (CSR, 2006).

Ainda, Sethi (1975) aponta quatro categorias para avaliar o CSP: i) o comportamento corporativo que é refletido nas obrigações sociais, ii) a responsabilidade social, e a iii) responsividade. O quarto componente, iv) o ambiente externo, é considerado um componente contextual e é analisado por meio da divisão do tempo decorrido entre a emergência do problema e os vários estágios.

**Quadro 1: dimensões do desempenho social são em nível macro, ou externo à organização.**

Dimensões	CSP
Obrigação social	Representa uma simples resposta às forças de mercado ou exigências legais, ou seja, leva em conta o comportamento corporativo econômico referente às forças do mercado ou restrições legais.

<b>Responsabilidade social</b>	Avança e vai além da obrigação social, compatibiliza o comportamento corporativo e sugere um alinhamento com valores, normas e expectativas prevalecentes na sociedade, que ultrapassam a obrigação social.
<b>Responsividade social</b>	Considera a adaptação do comportamento corporativo às necessidades sociais, esta fase envolve proatividade e adaptação organizacional, com empatia e reconhecimento das necessidades sociais

Fonte: Sethi (1979)

Sethi (1975) discute as dimensões do comportamento corporativo e apresenta uma estrutura para facilitar a análise de atividades sociais corporativas de forma ampla e geral.

### 1.3 O modelo de Wartick e Cochran, (1985)

Wartick e Cochran, (1985) definiram seu modelo CSP a partir da integração dos princípios, processos e abordagem política a fim de proporcionar visão distinta dos esforços globais de uma empresa e satisfazer suas obrigações para com a sociedade. Os autores apontaram três grandes desafios: as responsabilidades econômica, pública e social e destacam que o modelo CSP reflete uma interação fundamental entre os princípios de RSE, o processo de sensibilidade social, e as políticas desenvolvidas para tratar questões sociais. Por seu turno, Carroll (1979) afirma que o CSP é a integração de três dimensões da responsabilidade social corporativa: capacidade de resposta social corporativa, responsabilidade e questões sociais. Esta natureza integradora do CSP é o que a torna única.

Para Wartick e Cochran, (1985) o termo "desempenho social das empresas" (CSP) tem sido usado por vários anos na literatura de negócios e da sociedade, mas na maioria dos casos, o CSP não foi definido com precisão. Ele tem sido usado como sinônimo de RSE, capacidade de resposta social, ou qualquer outra interação entre empresas e o ambiente social e só mais recentemente, o CSP começou a assumir um significado mais preciso. Os autores explicam o CSP a partir da integração dos princípios, processos e abordagem política a fim de proporcionar visão distinta dos esforços globais de uma empresa e satisfazer suas obrigações para com a sociedade por meio de três grandes desafios:

**Quadro 2: CSP e os desafios para a Responsabilidade Social**

<b>Desafio</b>	<b>CSP síntese</b>
<b>Responsabilidade Econômica</b>	Incorporada como um nível RSE
<b>Responsabilidade Pública</b>	Incorporada como (1) um nível de RSE e (2) orientação subjacente para conceitos de nível macro e micronível que existem simultaneamente
<b>Responsividade social</b>	Incorporada como (1) complemento ação orientada para RSE e (2) abordagem de base para desenvolvimer respostas para questões sociais.

Fonte: Wartick e Cochran (1985).

O CSP é a integração de três dimensões da RSE: capacidade de resposta social corporativa, responsabilidade e questões sociais. Esta natureza integradora do CSP é o que a torna única. Em vez de discutir a incompatibilidade dos tipos de responsabilidade (BUCHHOLZ, 1977; PRESTON; POST, 1975; FRIEDMAN, 1962; HEYNE, 1968), o modelo CSP integra responsabilidade econômica e a política pública em sua definição de RSE. Outrossim, em vez de ver a responsabilidade, a capacidade de resposta às preocupações empresariais alternativas distintas (ACKERMAN; BAUER, 1976; FREDERICK, 1978; MURPHY, 1978; SETHI, 1979), o modelo reflete interação entre os princípios de RSE, o processo de sensibilidade social, e as políticas para tratar questões sociais. As dimensões do CSP abordam os três desafios para RSE, conforme a seguir (quadro 3).

**Quadro 3: Diferenças entre responsabilidade social e sensibilidade social**

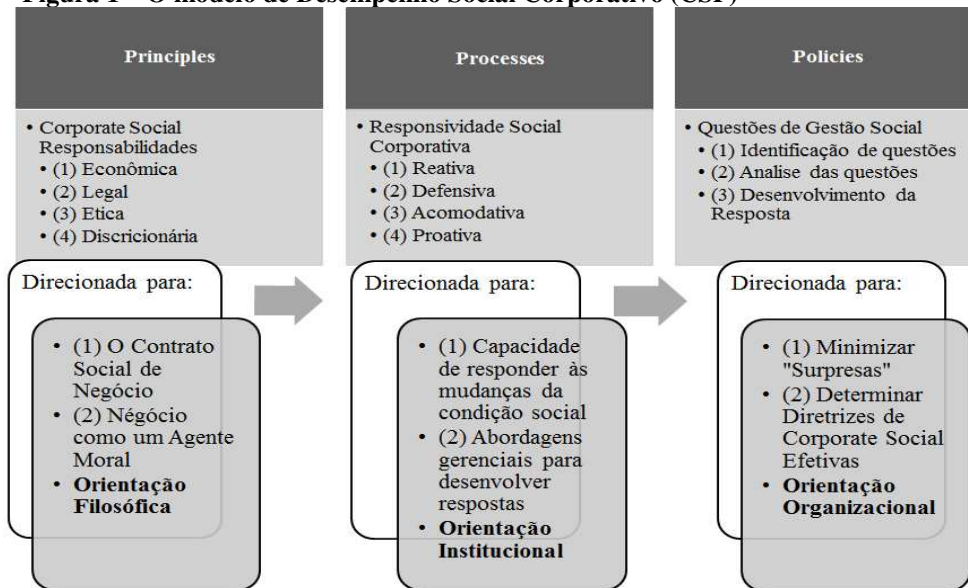
	<b>Responsabilidade social</b>	<b>Responsividade social</b>
<b>Principais considerações</b>	Ética	Pragmática

<b>Unidade de análise</b>	Sociedade	A empresa
<b>Foco</b>	Fins	Meios
<b>Objetivo</b>	Interno	Externo
<b>Ênfase</b>	Obrigações	Respostas
<b>Papel da empresa</b>	Agente Moral	Produtor de bens e serviços
<b>Quadro de decisão</b>	Longo prazo	Médio prazo e curto

Fonte: Wartick e Cochran (1985).

Os princípios e suas respectivas dimensões de atuação direcionam a atuação da empresa fundamentada na moralidade como orientação filosófica (Figura 2). Por sua vez os processos de trabalho são avaliados a partir de uma escala evolutiva da resposta social da corporação aos princípios e bases definidos, de forma a constituírem uma orientação institucional (WARTICK, COCHRAN, 1985).

**Figura 1 – O modelo de Desempenho Social Corporativo (CSP)**



Fonte: Wartick e Cochran (1985).

Por fim, as políticas visam às questões sociais para identificação, avaliação e ação e a orientação organizacional e para consolidar a visão, ação e estratégia para criar um desempenho social corporativo.

#### 4.4 O modelo de Wood (1991)

O modelo de Wood (1991) trata de impactos sociais, programas e políticas e dos resultados de comportamento corporativo que são de interesse direto e óbvio na avaliação do desempenho social das empresas. Na RSE o negócio e a sociedade são entrelaçados e ao invés de entidades distintas, a sociedade tem certas expectativas para um comportamento empresarial apropriado e com resultados (WOOD, 1991). A autora aponta as categorias, sua classificação, nível de aplicação e a fonte da proposta, considerando que seu modelo incorpora as visões de outros estudiosos. Inicia pela definição princípios, que contemplam a legitimidade, a responsabilidade pública e a discricção gerencial, cujas definições, aplicação e outras especificações estão postas para adoção (Quadro 4).

**Quadro 4 – Princípios de RSE, diretrizes de aplicação.**

	<b>Legitimidade</b>	<b>Responsabilidade Pública</b>	<b>Discricção Gerencial</b>
<b>Princípio</b>	Sociedade concede legitimidade e poder de negócio. No longo prazo, os que não usam o	Empresas são responsáveis por resultados relacionados às suas áreas primárias e	Os gerentes são atores morais. Em cada domínio da RSE são obrigados a exercer poder

	poder de uma forma que a sociedade considera responsável tenderá a perdê-lo	secundárias de envolvimento com a sociedade.	discrecionário quanto está disponível visando resultados socialmente responsáveis.
<b>Nível de Aplicação</b>	Institucional. Base nas obrigações genéricas da empresa.	Organizacional. Base nas circunstâncias e relações com ambiente da empresa.	Individual. Base nas pessoas como atores dentro das organizações
<b>Foco</b>	As obrigações e sanções.	Parâmetros comportamentais para as organizações.	Escolha, oportunidade, responsabilidade pessoal.
<b>Valor</b>	Define a relação institucional entre as empresas e a sociedade e especifica o que se espera de qualquer negócio.	Restringe responsabilidade da empresa a problemas ref. Suas atividades e interesses sem especificar domínio estreita de possível ação.	Define a responsabilidade de gestores de ser atores morais e de perceber e exercer a sua escolha no serviço de responsabilidade social.
<b>Origem</b>	Davis (1973)	Preston e Post (1975)	Carroll (1979), Wood (1990)
<b>Domínios</b>	Legitimação social (Institucional)	Responsabilidade pública (organizacional)	Gestão discrecionária (Individual)
<b>Econômica</b>	Produzir bens e serviços, prover empregos, criar riqueza para <i>shareholders</i>	Preço de bens e serviços, refletem custos de produção e incorpora externalidades.	Produzir bens ecológicamente corretos, cortar custo e tecnologia poluente reciclagem,
<b>Legal</b>	Obedecer à regulamentação. E às leis. Não fazer lobby nem privilégios em política pública	Trabalhar por políticas públicas representando auto interesse esclarecido.	Tomar proveito de requisitos regulamentares para inovar em produtos ou tecnologias.
<b>Ético</b>	Seguir princípios éticos fundamentais (honestidade em rotulagem de produtos)	Dar informações precisas sobre uso do produto para segurança do usuário e requerimentos legais.	Produtos alvo usam informação p/ mercados específicos /nichos como vantagem de produto.
<b>Discrecionário</b>	Agir como bom cidadão em todas questões além da Lei e regras éticas. Retornar parte dos ganhos para a comunidade.	Investir recursos de caridade da firma em problemas sociais ref envolvimento primários e secundários com	Escolher investimentos de caridade que compensem em resolução de problemas sociais (aplica critério eficaz)

Fonte: Wood (1991).

Sobre os processos sociais, Wood (1991) cita Bourgeois (1980), mencionando que a capacidade de resposta é um conceito ecológico, sugerindo sobrevivência organizacional por meio da adaptação às condições ambientais. A premissa deste conceito é que as empresas devem saber algo sobre o ambiente externo, a fim de responder ou se adaptar a ele. A gestão de *stakeholder* pode ser realizada por aspectos instrumentais e dispositivos organizacionais (ex: programas de relações comunitárias, boletins de funcionários, escritórios de relações públicas, informação colaborativa, resposta à pressão de ativistas, política corporativa de ações locais ou mesmo em âmbito internacional (Quadro 9).

**Quadro 5 – O modelo de Desempenho Social Corporativo (CSP)**

<b>Configurações da RSE</b>	<b>Detalhamento</b>
<b>Princípios de RSE</b>	Princípio Institucional: Legitimidade
	Princípios Organizacionais: Responsabilidade Pública
	Princípio Individual: Discrição Gerencial
<b>Processos da RSE</b>	Avaliação Ambiental
	Gestão de Stakeholder
	Gerenciamento de Tópicos
<b>Resultados do Comportamento Corporativo</b>	Impacto Social
	Programas Sociais
	Políticas Sociais

Fonte: Wood (1991).



Wood (1991) conceitua CSP como a configuração de princípios de responsabilidade social, processos de responsividade social e políticas, programas da organização empresarial, e os resultados observáveis que se referem às relações sociais da empresa. Os impactos sociais, programas e políticas, os resultados de comportamento corporativo são de interesse direto e óbvio na avaliação do desempenho social das empresas.

#### 4.5 O modelo de Orlitzky e Benjamin (2001)

Orlitzky e Benjamin (2001) apresentam uma tipologia de quatro partes centrada em quatro categorias de mensuração, decorrente dos resultados identificados. Em sua pesquisa, os autores observaram inicialmente a relação positiva com ênfase para o Desempenho Financeiro Corporativo, ou Corporate Financial Performance (CFP) como desempenho de mercado e, em pesquisa posterior, em 2003, identificam que a ênfase ocorreu no desempenho representado por medidas contábeis. Por outro lado, o desempenho social mostrou-se consistente com medidas diversificadas, com destaque para a reputação corporativa, mostrando associação positiva.

Posteriormente, e com base nos seus achados, os autores consideraram instáveis os argumentos sobre a associação dos dois construtos, revelando a necessidade de revisão metodológica nos estudos visando obter maior conhecimento generalizável. Com isso, a tipologia é especificada, em Orlitzky; Schmidt e Rynes (2003), em que estabelecem a estratégia de operacionalização da associação entre CSP e CFP como um moderador dessa relação, ou seja, os principais moderadores apontados por Orlitzky, Schmidt e Rynes (2003) e Orlitzky e Benjamin (2001) foram as próprias estratégias de medição associadas com CSP e CFP.

Para evitar erros de especificação associados a representação simplificada e levando em conta os resultados dos seus estudos, propõem que o construto CSP seja representado por quatro amplas estratégias de medição: a) Evidenciação/Divulgação do CSP; b) Avaliações de reputação CSP; c) Auditorias sociais, Processos CSP e os resultados observáveis; e d) Princípios e valores que regem a gestão do CSP a seguir especificadas

**Quadro 1 – Tipos de CSP**

Evidenciação/ Divulgações CSP	Consiste na análise de conteúdo dos relatórios anuais, nas cartas aos acionistas, e outras divulgações corporativas ao público, visando identificar informações e compará-las à luz de temas CSP, e inferências sobre o desempenho subjacente social da organização.
Avaliações de reputação CSP	Usam-se índices de reputação, que se baseiam em que valores e bom comportamento da empresa refletem valores subjacentes e comportamentos CSP das empresas. Tais itens podem utilizar classificações tripartites (“excelente”, “menção honrosa” e “piores empresas”) segundo Moskowitz (1972, 1975); e adotado por Cochran; Wood, 1984; Sturdivant; Ginter 1977); também são incluídas classificações de “responsabilidade com a comunidade e o meio ambiente” de uma corporação (Conine e Madden 1987; Fombrun e Shanley 1990; McGuire et al 1988)
Auditorias sociais, Processos CSP, e resultados observáveis	As auditorias sociais consistem em um esforço sistemático de terceiros para avaliar o Comportamento de uma firma de forma 'objetiva' e seu desempenho social respectivo (CSP) tais como serviços à comunidade, programas ambientais, e filantropia corporativa. Os Dados objetivos são a base para as medidas designadas de 'comportamento' do CSP.
Princípios de gestão valorização CSP	Nesta categoria de medição de CSP avalia os valores e princípios inerentes à cultura da empresa (pós 1991) (Aupperle, 1984; Carroll 1979).

**Fonte:** Orlitzky; Schmidt; Rynes (2003) adaptação da autora.

A variabilidade de resultados apresentada nos estudos desse campo trouxe à tona um contexto de abordagem com medidas pobres e construtos teóricos possivelmente fracos. Orlitzky (2008) mostra uma realidade na qual o campo de estudos do CSP seria um grande contingente de dados à espera de uma teoria (ULLMANN,1985). Nessa direção, Orlitzky (2008) aponta que os resultados mantiveram grande variabilidade até início do século XXI, quando foram feitas novas abordagens.

A tipologia encontra lastro na visão de Wood e Jones (2005) quando falam que não há uma teoria para explicar por que os acionistas podem vir ou não a preferir uma empresa que dá um por cento dos lucros antes de impostos para a caridade, que contrata e desenvolve minoritários ou mulheres trabalhadoras, ou que classifica maior nos índices de controle da poluição. Assim, os dados sugerem que investidores de mercado parecem descartar determinadas medidas comportamentais de CSP (tais como doações de caridade), talvez porque elas sejam percebidas como tentativas diretas das firmas para gerenciar as impressões externas. Em novo estudo (2008), o autor reforça a condição de variabilidade existente no campo, reitera a associação positiva entre os construtos, que são afetados pelo tamanho da organização, mantendo a ênfase no componente da reputação corporativa e ressaltando a redução de risco do negócio, menciona a dupla direção do driver CSP-CFP e sugere seu estudo com moderadores e mediadores.

#### 4.6 O modelo de Beurden e Gössling (2008)

Beurden e Gössling (2008) descrevem o CSP como um conceito que consiste em três categorias, denominadas de CSP1, CSP2 e CSP3 que designam ocorrências de desempenho social corporativo, ou tipos de CSP, e podem corroboram Orlitzky et al (2003) no Quadro 7.

**Quadro 72 – Tipos de CSP**

<b>Tipos</b>	<b>Especificação</b>
<b>CSP 1</b>	Extensão da divulgação social sobre assuntos de interesse social (Wu, 2006); medição de divulgação consiste em análise de conteúdo de divulgações corporativas ao público (Orlitzky et al., 2003),
<b>CSP 2</b>	Ação corporativa, como filantropia, programas sociais, e controle da poluição; ação corporativa refere-se aos processos observáveis e resultados concretos de RSE. Questionários dirigidos aos funcionários ou gerentes estão incluídos nesta categoria, porque eles refletem diretamente ações da firma em questão.
<b>CSP 3</b>	Classificações reputação corporativa tais como KLD, Fortune, Moskowitz e Ética nos Negócios (Wu, 2006); estas avaliações de reputação assumem que reputações CSP são bons reflexos de valores e comportamentos subjacentes de rse.

Fonte: Beurden e Gössling (2008) adaptação da autora.

#### 4.7 O modelo de Fauzi (2009)

O construto CSP pode ser abordado por meio de quatro tipos de estratégia de medição (FAUZI, 2009):

- a) Divulgação – é realizada usando o método de análise de conteúdo de materiais documentados como o relatório anual.
- b) Classificação reputação – é a abordagem para medir CSP com base na percepção de uma das partes interessadas, utilizando-dimensões únicas ou múltiplas de CSP da empresa. Ao fazê-lo, assume-se que os itens percebidos representam uma boa reputação da empresa.
- c) Auditoria social; Processo CSP e resultados observáveis – Esta é uma maneira sistemática por terceiros para avaliar o comportamento de uma empresa de CSP, normalmente usando medidas multidimensionais para ter um índice de classificação do CSP. O terceiro inclui KLD (*Kinder Lydenberg Domini*) e CEP (Conselho de Prioridades Econômicas).
- d) Princípio CSP gerencial e valor (ORLIZTKY, BENJAMIN 2003) – considera-se que os representantes da gestão que tomam as decisões adotam ou não as diretrizes do CSP e valor da RSE. Esta abordagem é obtida mediante consulta aos gestores.

#### 4.8 O modelo de Wang, Dou e Jia (2015)

Em recente estudo Wang, Dou e Jia (2015) mencionaram razões apontadas por pesquisadores para o fracasso na busca do consenso sobre as possíveis implicações de um melhor desempenho social para o desempenho financeiro. Os autores relatam aspectos importantes, que devem ser observados, seja quanto às bases teóricas metodológicas ou

operacionais. Quanto às bases teóricas, a preocupação com descasamento das partes interessadas reportadas por Wood e Jones (1995), as deficiências teóricas e definições inadequadas de termos-chave citadas por Ullmann, (1985); os determinantes conceituais de RSE, e, em decorrência disso, o impacto teórico da relação RSE-CFP apontado por Brammer e Millington (2008, p. 1326) e os próprios limites da RSE (BARNETT, 2007).

Além do aspecto teórico, as deficiências operacionais e metodológicas das especificações e diferenças nas definições de desempenho social e financeiro são também atribuídas como eventuais elementos presentes nos estudos com resultados ora positivos, ora negativos (WANG; DOU; JIA, 2015).

Com isso, os autores reportam a condição de construto do CSP, que assim sendo não é uma variável observável, e desse modo, sua medição acontece por composição, associada a estratégias. Nessa direção relatam a seguir as estratégias de mensuração de CSP utilizadas com frequência (WANG; DOU; JIA, 2015): a) Avaliação de Reputação com base nas políticas corporativas; b) Análise de Conteúdo de relatórios/divulgações; c) *Surveys*; d) Bancos de Dados de Auditoria Social; e e) Proxies, referentes a variáveis de referência com aspecto multidimensional, tal como a filantropia por exemplo.

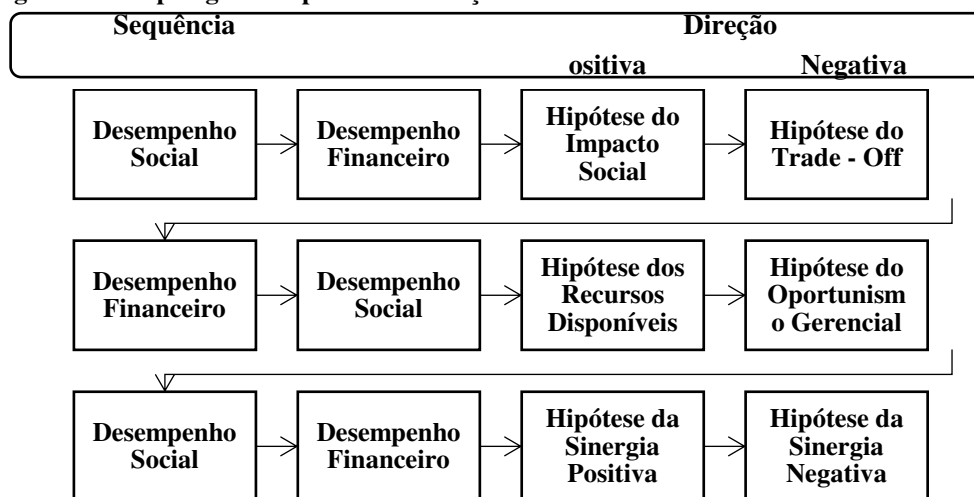
### 5. Aspectos conceituais, metodológicos e evidências da relação CSP X CFP

Os estudos que tratam da possibilidade de repercussão do CSP nos resultados da empresa se desenvolveram ao tempo em que avançou a pesquisa sobre os construtos de CSP. Investigação sobre o porquê de uma organização ou corporação ter maior desempenho do que outra organização pode ser encontrada em três corpos de pesquisa: organização industrial, política de negócios, pesquisa de teoria da organização (LENZ, 1980).

Com base na avaliação dos órgãos de pesquisa, pode-se verificar que a variação de desempenho em uma organização ou empresa pode ser explicada usando as variáveis de ambiente, estratégia e estrutura organizacional utilizada (LENZ, 1980; GUPTA; GOVINDARAJAN, 1984; GOVINDARAJAN; GUPTA, 1985; GOVINDARAJAN, 1988; TAN E LISCHERT, 1994; LANGFIELD-SMIT, 1997).

Preston e O'Bannon (1997), oferecem um mapa compreensivo das possibilidades empíricas do relacionamento entre CSP e CFP e proveem uma explicação teórica. Os autores realizaram uma pesquisa longitudinal e encontraram relação positiva consistente com uma implicação crítica em favor da teoria dos *stakeholders*. . A tipologia de hipóteses pode ser exposta a seguir.

Figura 2 – A tipologia de hipóteses da relação CSP-CFP



Fonte: Para Preston e O'Bannon (1997)

Os autores relatam uma controvérsia sobre a associação que envolve duas diferentes questões empíricas. A primeira seria a direção do relacionamento e, neste sentido, os autores levantam o seguinte questionamento: “Os desempenhos social e financeiro corporativos são, positiva ou negativamente associados, ou ainda, não são associados?” Para Preston e O’Bannon (1997, p. 420), a outra questão empírica seria a relação causal envolvida e, neste sentido, os autores levantam o seguinte questionamento: “O CSP influencia o CFP; o CFP o CSP; ou ainda, existe uma relação de sinergia (positiva ou negativa) entre os dois?” Nesse sentido, Orlitzki (2001) mostrou que a performance social corporativa pode ser tanto um determinante como uma consequência do bom desempenho financeiro corporativa e que a relação entre CSP e CFP pode ser recíproca.

Essa visão é compartilhada por Fauzi (2009) e discutida também na teoria de disponibilidade de recursos, uma empresa deve ter uma boa situação financeira para contribuir para o desempenho social das empresas. Conduzindo o desempenho social precisa de algum fundo resultante do sucesso do desempenho financeiro. Segundo esta teoria, o desempenho financeiro vem em primeiro lugar. Assim, a CFP é variável independente para afetar CSP

Por outro lado, a Teoria da Boa Gestão sustenta que o desempenho social vem em primeiro lugar. Com isso o CSP é variável independente, resultando em CFP e uma empresa percebida pelos seus *stakeholders* como portadora de boa reputação, pode tornar a empresa mais predisposta a obter uma boa posição financeira (por meio do mecanismo de mercado).

As investigações sobre a relação entre CSP e CFP têm produzido alguns resultados conflituosos, com algumas teorias desenvolvidas para explicar a relação, oriundos da teoria neoclássica da economia e dos *stakeholders*, mas ainda não conseguiram explicar com clareza e de forma satisfatória (Fauzi, 2009). O autor aponta que:

O uso de contingência foi altamente recomendado para explicar o relacionamento. No entanto, as variáveis contextuais utilizadas nos estudos anteriores não estão relacionadas com os determinantes do desempenho empresarial como identificado nas literaturas de gestão e contabilidade estratégicos. O CSP é um desempenho corporativa estendida e, portanto, alguns aspectos que afetam o desempenho das empresas também devem ser aplicados ao CSP. A não-inclusão das dimensões do desempenho das empresas: ambiente de negócios, estratégia, estrutura organizacional e sistema de controle de variáveis contextuais na relação dos CSP e CFP pode adicionar as razões dos resultados conflitantes. Outros temas de discussão do resultado conflituosos do relacionamento são provenientes de aspectos metodológicos, tais como: medição (1) descasamento de medição, (2) erro de amostragem, e (3) erros de medição. Descasamento da medição inclui a escolha da medição CSP que não se encaixa na medida CFP. Se o problema não puder ser resolvido, os resultados de conflito ocorrerão. Portanto, para os estudos no futuro, alerta-se para a utilização de medição CSP que pode ser teoricamente ligada à correspondente medição CFP. Problema de erro de amostragem resultou, principalmente, da limitação das amostras utilizadas nos estudos anteriores. O erro de medição dos construtos de CSP estreitamente definido também pode levar ao erro no resultado do relacionamento entre CSP e CFP.

Com base na teoria de folga dos recursos, a interação ou ajuste entre o sistema de controle, incluindo sistema de crenças, sistema de fronteiras, sistema de controle de diagnóstico e sistema de controle interativo, bem como o desempenho financeiro das empresas (CFP) pode afetar o desempenho social das empresas devido ao fato de que o aumento no CFP resultante do uso adequado dos componentes do sistema de controle permite que a empresa tem mais chance de fazer o CSP. A partir do contexto relatado em que as duas teorias se integram para explicar a relação de causalidade entre o CSP e CFP, Fauzi (2009) articula a responsabilidade social, responsividade/sensibilidade social e as questões sociais, e o modelo CSP constitui um Quadro útil para as análises globais dos negócios e da sociedade.

O CSP tem uma dimensão de nível micro e se concentra na interface entre a empresa e seu ambiente, em vez de sobre a relação entre a empresa como uma instituição e a sociedade em que atua (OONES, 1983; PRESTON; POST, 1975). No entanto, o CSP faz manter a ênfase no nível macro, continuando a utilizar a responsabilidade social como o ponto de partida para o envolvimento social das empresas. Como tal, o modelo CSP descreve a totalidade dos esforços de uma empresa para atender às mudanças nas condições sociais, e, fornece um ponto de partida para o eventual desenvolvimento de um paradigma central para as empresas e a sociedade (PRESTON, 1975).

Por outro lado, empresas com alto CSP podem ser caracterizadas como tendo boas relações com uma variedade de *stakeholders* primários (funcionários, clientes, fornecedores e acionistas) são as organizações grupos ou pessoas sem cuja participação contínua da empresa não pode sobreviver como uma empresa em funcionamento e as partes interessadas secundárias (locais comunidades e do poder legislativo ou do governo) são os grupos ou indivíduos que influenciam ou afetam, ou são influenciados ou afetados por, a corporação, mas que não estão envolvidos em transações com a empresa e não são essenciais para a sua sobrevivência (CLARKSON, 1995).

Embora suas abordagens para a categorização de concretização e medição de CSP sejam diferentes (WOOD 2010), a maioria dos estudos existentes tem em comum o pressuposto, muitas vezes não declarado, de que o envolvimento mais forte de uma empresa em programas e atividades de responsabilidade social é, quanto maior o valor económico das empresas, maior valor econômico e financeiro será capaz de obter. No entanto, ao mesmo tempo, uma inconsistência significativa nos resultados obtidos emerge, tanto em termos de existência da correlação entre os construtos e da direção dessa correlação (HORVA'THOVA' 2010; MARGOLIS E WALSH 2003; ORLITZKY et al. 2003; SALZMANN et al. 2005).

Frooman (1997) investigou a relação CSP-CFP na literatura financeira. Seus resultados sugerem que firmas que atuam de forma socialmente irresponsável e ilegal têm diminuído a riqueza dos acionistas. Isto implica que agir permanentemente de forma socialmente responsável e dentro da lei é necessário para aumentar a riqueza de acionistas.

Uma recomendação a ser considerada trata da literatura publicada antes de 1990. Nesse tema Roman et al. (1999) explicam que a literatura incluída no estudo deve ser recente. Sendo que os primeiros trabalhos no campo podem ser utilizados como um argumento, mas não devem ser utilizados como verdade empírica. Além disso, há uma razão específica para excluir pesquisa empírica publicada antes de 1990 a partir deste estudo. O Relatório *Brundtland* (Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1987) pode ser visto como um ponto de viragem na atenção para com a RSE (COHEN E WINN, 2007; HUETING, 1990; SCHUBERT E LANG, 2005). Trouxe encaminhamento sobre os próximos riscos e problemas em todo o mundo. Neste contexto, o papel das empresas foi discutido em uma nova luz. As consequências organizacionais deste relatório, bem como as reações organizacionais e as respostas dos consumidores não são susceptíveis de entrar pesquisa acadêmica antes de 1990.

Orlitzky et al. (2003) incluíram 52 artigos, apenas 18 deles publicados em 1990 ou mais tarde. Eles também encontraram suporte para uma relação positiva entre CSP-CFP. As descobertas são apoiadas por Margolis e Walsh (2003), que descreveram elementos de prova mista no debate. No entanto, a maioria das pesquisas incluiu em sua análise de texto que a relação é positiva. Goll e Rasheed (2004) também sugerem uma imagem positiva do link CSP-PCP. (in Beurden e Gössling). Os autores recomendaram a continuidade dos estudos e com ênfase nas circunstâncias em que existe a relação CSP-CFP, ao invés de focar a direção e se o relacionamento é positivo, negativo ou inexistente e isso remete ao estudo de moderadores.

Por mais de 40 anos, os estudiosos têm procurado uma ligação empírica entre o desempenho social (CSP) e financeiro (CFP). Se apenas fazer o bem pode ser conectado a fazer bem, em seguida, as empresas podem ser persuadidas a agir de forma mais consciente, seja na

adequação de sua própria conduta questionável (CAMPBELL, 2006) ou até mesmo ampliar sua ação e buscar corrigir males sociais (PORTER; KRAMER, 2006).

Em seu estudo com 120 empresas americanas Fauzi (2009) evidenciou a relevância da alavancagem financeira como variável moderadora do CSP-CFP, ainda que seus resultados não tenham apresentado associação entre as variáveis. Um aspecto relevante a ponderar trata da recomendação de Margolis, Elfenbein e Walsh (2009) quando mencionam que qualquer um que espera publicar estudos na área deve atender quatro critérios:

- a) Primeiro, os dados sobre CSP deverão consistir em medidas comportamentais, como resultados quantificáveis ou auditorias de terceiros, e o processo de avaliação para aqueles deve ser claro e aberta à validação. Para tanto, sugerem que os pesquisadores encontrem alternativas para a difícil missão de validar medidas tais como as classificações Fortune das empresas admiradas e impressões de auto-relato dos insiders da empresa. Adicionalmente, recomendam cuidado com as classificações KLD, a mais popular das auditorias de terceiros (CHATTERJI; LEVINE; TOFFEL, 2009; MATTINGLY; BERMAN, (2006);
- b) Em segundo lugar, o estudo deve controlar, pelo menos, a indústria, risco e tamanho, ou gastos com pesquisa e desenvolvimento e despesas com publicidade (MCWILLIAMS; SIEGEL, 2000);
- c) Em terceiro lugar, os pesquisadores precisam avaliar CSP e CFP em diferentes períodos de tempo. O mais poderoso insight é provável que venha a partir de estudos que empregam modelos de seleção da amostra de dois estágios, os modelos que controlam para a probabilidade de que uma empresa vai se envolver em CSP como um primeiro passo antes de testar a relação entre CSP e CFP como o segundo passo (HECKMAN, 1979; WINSHIP; MARE, 1992);
- d) E em quarto lugar, os mecanismos causais CSP→PCP precisam ser articulados e testados. É hora de estudar mecanismos sistematicamente. Por exemplo, estudar o impacto do CSP/investimentos pode ajudar a recrutar uma força de trabalho de alta qualidade (BACKHAUS; WOOD; HEINER, 2002), melhor motivar uma força de trabalho (BARTEL, 2001), atrair uma clientela exclusiva (SEM; BHATTACHARYA, 2001), ou fornecer seguro contra alguma crise imprevista (SCHNIETZ; EPSTEIN, 2005).

Margolis, Elfenbein e Walsh (2009) sugerem cautela geral no exame da relação CSP-CFP, pois se as empresas tentam tecer desempenho social como resultante de sua estratégia e operações, o que pode tornar mais difícil para os pesquisadores medir o impacto independente que CSP tem no CFP. Isso pode apontar para abordagens inovadoras para a medição, mas também pode tornar as medidas preferenciais existentes ainda mais problemáticas, e talvez, até mesmo tornar a investigação da própria associação, metodologicamente intratável. Ainda uma observação nos estudos que associam o CSP e o CFP, exceto para o efeito de crimes revelados no desempenho financeiro, nenhuma das muitas contingências examinadas na literatura afeta significativamente os resultados. Tal situação permite considerar a possibilidade de que, além de se esforçar para não fazer mal, as empresas têm motivos para fazer o bem e os investigadores têm motivos para continuar a procurar uma ligação empírica entre CSP e CFP (MARGOLIS; ELFENBEIN; WALSH, 2009).

Os estudos entre o CSP e CFP foram recomendados também por Hayne (2010) sugerindo a continuidade das pesquisas e a exploração da direção da causalidade entre CSP e CFP, ressaltando que, embora as correlações de sua meta-análise não mostrem qualquer indicação de precedência temporal é mais simples e mais reconfortante pensar que os atos que apresentem bom comportamento social vão equivaler a um melhor desempenho financeiro.

Para os autores e para este fim, o CSP não estaria conduzindo ao CFP, mas em vez disso, seria CFP permitindo, e provocando, assim, o CSP. Hayne, (2010) propõe estudos longitudinais e a análise dos impactos de uma variável sobre a outra muda a relação. Ou seja, usar o *lag* temporal para verificar o impacto financeiro futuro de ações socialmente responsáveis. Para

auxiliar neste curso de investigação, e para descobrir novas contribuições para o campo, mais estudos devem considerar as mudanças (ou seja, aumentos ou diminuições) de investimentos em CSP das empresas para ver se as mudanças se correlacionam de forma diferente com o CFP

Outros estudos (SILVA; BOAVENTURA, 2011) defendem a inclusão da dimensão discricionária, englobando a percepção do agente decisor (da empresa) em relação a quais interesses devem ser prioritariamente atendidos, no sentido de identificar descontinuidades em cursos de ações que priorizavam determinados interesses associados a um tipo de *stakeholder*, e que deixam de constar como uma prioridade. O estudo das descontinuidades em termos de prioridades relativas de interesses de *stakeholders* pode vir a caracterizar um fenômeno organizacional de avanços e retrocessos que desfigura a relação linear CSP-CFP (SILVA; BOAVENTURA, 2011). Os autores sugerem futuros estudos quanto a investigação de características comuns que indicam uma associação negativa entre CSP e CFP, a busca de explicações para o comportamento de algumas variáveis de comportamento discutível na construção do CSP ou explicações para a interferência do lag temporal na relação CSP e CFP.

Vishwanathan; Essen; Oosterhout (2012) trazem contribuições teóricas em estudo recente e mostram que os mecanismos de mediação parecem mais fortes que as próprias variáveis CSP. Os autores recomendam adoção dos mecanismos de mediação a seguir: reputação da empresa, cooptação de *stakeholders*, redução do risco, inovação e melhores práticas de investigação.

Em que pese a existência de um debate central e controverso e algumas conclusões indefinidas, Wang; Dou; Jia (2015) revisaram o assunto, verificando efeito positivo e significativo. Com isso os autores endossaram o argumento de que a RSE melhora o desempenho financeiro, e confirmaram o impacto da RSE de períodos anteriores em CFP de períodos subsequentes. Os autores confirmaram que as estratégias de medição dos construtos explicam algumas variações da relação estudada.

A síntese de achados nos 12 estudos metaanalíticos que revelam 41 anos de estudo na academia de gestão desenvolvidos mundialmente acerca da CSP-CFP estão no quadro

**Quadro 3 – 40 anos de estudos realizados sobre associação CSP-CFP. Dados meta-analíticos**

Autores	Estudos primários	Período	Anos	Obs	Correlações	Métricas CFP estudo primário		relac CSP-CFP	Modificador	R2
						contábeis	Merc			
Orlitzky M, Benjamin, 2001	18	1976 /1997	21	6.186	60	3	17	+	Não	-0,15
Orlitzky, Schmidt, Rynes. 2003	62	1972/1997	25	33.878	388	46	12	+	Sim	0,18
Allouche, Laroche 2005	82	1972/2003	31	57.409	373	0	0	+	Sim	0,31
Wu. 2006	121	1976 /1999	24	88.154	405	133	36	+	Sim	0,088
Margolis et al., 2009	251	1972/2007	35	88.488	9	151	114	+	Sim	0,13
Vishwanathan, 2010	189	1970/2010	40	P*	611	0	0	+	Sim	0,12
Hayne, 2010.	11	2000/2009	10	8.745	26	10	0	+	Sim	0,36
Silva, Boaventura, 2011	15	1999/2010	11	7.415	7	19	0	+	Não	0,10
Boaventura et al., 2012	58	1996/2010	15	19.384	108	54	0	+	Não	-
Vishwanathan et al., 2012	280	1978/2012	40	281511	1427	944	346	+	Sim	0,03
Dixon-Fowler et al., 2013.	39	1970/2009	39	22.869	71	46	17	+	Sim	0,0622
Wang et al., 2015	42	2003/2012	10	121.122	119	36	14	+	Sim	0,404 *** 0,0175*
	<b>1.168</b>	<b>41 anos</b>	<b>301</b>	<b>735.161</b>	<b>3.604</b>	<b>1.442</b>	<b>556</b>			

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2016).

## 6. Considerações Finais

Um número crescente de estudos tem aparecido na relação entre o desempenho social das empresas (CSP) e desempenho financeiro das empresas. Além dos resultados decorrentes dos estudos meta-analíticos, ainda são consideradas as recomendações de Beurden e Gössling (2008) quanto aos fatores que podem influenciar a relação entre CSP e CFP. Os autores investigaram as variáveis de controle e de moderação e observaram que as variáveis significativas na relação CSP-CFP foram consideradas conflituosas para as conclusões. A reclassificação causou uma diminuição considerável nos estudos de correlação negativa, apresentando um quadro mais preciso dessa relação.

Novos estudos precisam continuar a explorar os moderadores e mediadores e sistematizá-los para que seja possível avançar nos achados e oferecer contribuições ao campo de estudos, aos gestores e firmas.

Uma hipótese científica que não esbarra em nenhuma contradição tem tudo para ser uma hipótese inútil. Para confirmar cientificamente a verdade é preciso confrontá-la com vários e diferentes pontos de vista (BACHELARD, 1996). A lógica do jogo tem de ser construída mentalmente, porque ela não é um dado como o são o tabuleiro e as peças. É esta lógica que, invisivelmente, preside o jogo. Quando é que o jogo termina? (ALVES, 1981, p. 22-23).

## Referências

- ACKERMAN, R. W.; BAUER, R. A. **Corporate social responsiveness: The modern dilemma** [sic]. Reston, 1976.
- BARNETT, M. L. Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to corporate social responsibility. **Academy of Management Review**, v. 32, n. 3, p. 794-816, 2007
- BEURDEN, P. van; GÖSSLING, T. The Worth of Values – A Literature Review on the Relation Between Corporate Social and Financial Performance. **Journal of Business Ethics**, v. 82, p. 407-424, 2008.
- BOAVENTURA, J. M. G.; SILVA, R. S. da; BANDEIRA-DE-MELLO, R. Performance Financeira Corporativa e Performance Social Corporativa: Desenvolvimento Metodológico e Contribuição Teórica dos Estudos Empíricos. **Rev. Cont. Fin.** – USP, São Paulo, v. 23, n. 60, p. 232-245, set./out./nov./dez. 2012.
- BOWEN, H. **Responsabilidades Sociais Do Homem De Negócios**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1957.
- BRAMMER, S.; MILLINGTON, A. Does it pay to be different? An analysis of the relationship between corporate social and financial performance. **Strategic Management Journal**, v. 29, n. 12, p. 1325-1343, 2008
- BUCHHOLZ, R. A. An alternative to social responsibility. **MSU Business Topics**, v. 25, n. 3, p. 12-16, 1977.
- CARROL, A. B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, v. 4, n. 4, p. 497-505, 1979.
- DAHLSTRUD, A. **How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions**. John Wiley & Sons, 2006. Disponível em: <[http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/PDF/CSR\\_news45.pdf](http://www.mcxindia.com/csr/newsarticle/PDF/CSR_news45.pdf)>. Acesso em: 2016
- FAUZI, H. **Corporate Social and Financial Performance: Empirical Evidence from American**. *GMJ*, v. 3, Jan./June 2009.
- FREDERICK, W. **Corporation, be good! The story of corporate social responsibility**. Indianapolis: Dog Ear Publishing, 2006.
- FRIEDMAN, M. **Price theory, a provisional text**. Local: Editora, 1962.
- GOLL, I.; RASHEED, A. A. The Moderating Effect of Environmental Munificence and Dynamism on the Relationship Between Discretionary Social Responsibility and Firm Performance. **Journal of Business Ethics**, v. 49, n. 1, p. 41-54, 2004.



GOVINDARAJAN, V.; GUPTA, A. K. Linking control systems to business unit strategy: impact on performance. *Accounting, Organizations and Society*, v. 10, n. 1, p. 51-66, 1985.

GRAVES, S. B.; WADDOCK, S. A. «Institutional owners 'A Look at the Financial-Social Performance Nexus When Quality of Management is Held Constant'. **International Journal of Value-Based Management**, v. 12, n.1, p. 87-99, 1999.

GRIFFIN, J. J.; MAHON, J. F. The corporate social performance and corporate financial performance debate. **Business & Society**, v. 36, n. 1, p. 5-31, 1997.

GUPTA, A. K.; GOVINDARAJAN, V. Business unit strategy, managerial characteristics, and business unit effectiveness at strategy implementation. **Academy of Management journal**, v. 27, n. 1, p. 25-41, 1984.

HAYNE, C. The Impact Of Corporate Social Performance On Corporate Financial Performance: A Meta-Analysis. Annual Conference of the Administrative Sciences Association of Canada. **Congrès annuel de l'Association des Sciences Administratives du Canada**, 2010. Disponível em:<http://libra.acadiu.ca/library/ASAC/v31/SocialResponsibility/p02.pdf>>. Acesso em:

HILLMAN, A. J.; KEIM, G. D. Shareholder value, stakeholder management, and social issues: what's the bottom line? *Strategic management journal*, v. 22, n. 2, p. 125-139, 2001.

LANGFIELD-SMITH, k. Management Control Systems and Strategy: A Critical Review. *Accounting, Organizations and Society*, v. 22, n. 2, p. 207-232, 1997.

LENZ, R. T. Environment, strategy, organization structure and performance: Patterns in one industry. *Strategic Management Journal*, v. 1, n. 3, p. 209-226, 1980.

McWILLIAMS, A.; SIEGEL, D. Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, v. 26, n. 1, p. 117-127, 2001.

ORLITZKY, M.; BENJAMIN, J. D. Corporate social performance and firm risk: a meta-analytic review. *Business and Society*, v. 40, n. 4, p. 369-396, Oxford, 2001

ORLITZKY, M.; SCHMIDT, F. L.; RYNES, S. L. Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis. *Organization Studies*, v. 24, n. 3, p. 403-441, 2003.

PRESTON, L. E.; O'BANNON, D. P. The corporate social-financial performance relationship. *Business and Society*, v. 36, n. 4, p. 419, 1997

PRESTON, L. E.; POST, J. E. Private management and public policy. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1975.

SCHOLTENS, B. The stocks at stake: Return and risk in socially responsible investment. *Journal of Banking & Finance*, v. 32, n. 12, p. 2646-2654, 2008.

SETHI, S. P. Dimensions of corporate social performance: An analytic framework. *California Management Review*, v. 17, p. 58-64, 1975.

\_\_\_\_\_. A conceptual framework for environmental analysis of social issues and evaluation of business response patterns. *The Academy of Management Review*, Briarcliff Manor, v. 4, n. 1, p. 63-74, jan. 1979.

WADDOCK, S. Public-private partnership as social product and process. *Research in Corporate Social Performance and Policy*, v. 8, p. 273-300, 1986.

\_\_\_\_\_. Parallel Universes: Companies, Academics, and the Progress of Corporate Citizenship. *Business and Society Review*, v. 109, p. 5-42, Mar. 2004.

WADDOCK, S.; GRAVES, S. The Corporate Social Performance - Financial Performance Link. *Strategic Management Journal*, v. 18, n. 4, p. 303-319, 1997.

WANG, Q.; DOU, J.; JIA, S. A Meta-Analytic Review of Corporate Social Responsibility and Corporate Financial Performance The Moderating Effect of Contextual Factors. *Business & Society*, 2015.

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

WOOD, D. Corporate Social Performance Revisited. *The Academy of Management Review*, v. 16, n. 4, p. 691-718, 1991.

WOOD, D. J.; JONES, R. E. Stakeholder mismatching: A theoretical problem in empirical research on corporate social performance. *The International Journal of Organizational Analysis*, v. 3, n. 3, p. 229-267, 1995.