

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS A PARTIR DE UMA PESQUISA BIBLIOMÉTRICA

FRANKLYN LOPO DA SILVA

JOÃO CLÉCIO DE SOUSA HOLANDA
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMIÁRIDO - UFERSA

ROBERTO PORFÍRIO DE SOUSA OLIVEIRA

FRANCISCO SOUZA REGO FILHO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO SEMIÁRIDO - UFERSA

ELISABETE STRADIOTTO SIQUEIRA

Introdução

Nas últimas décadas, muito se tem debatido sobre a Responsabilidade Social Corporativa (RSC), acerca das razões que orientam as empresas a adotarem a RSC. Diante disso, a adoção de práticas de RSC tem sido relevante para atuação das pequenas e médias empresas (PME's) na disseminação de ações socioambientais, assumindo uma postura comprometida com a RSC e ainda, tornando-se um agente de mudança cultural em prol de uma sociedade mais justa e solidária.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Esse estudo busca responder a seguinte questão-problema: Como a literatura evidencia a Responsabilidade Social Corporativa no âmbito das PMEs. À vista disso, o objetivo deste artigo é propiciar uma visão geral dos estudos que tratam sobre a Responsabilidade Social Corporativa em Pequenas e Médias empresas, evidenciando as principais categorias de estudos dos últimos dez anos, a partir de uma pesquisa bibliométrica.

Fundamentação Teórica

Problemas relacionados a violência urbana, desigualdade social, déficit educacional e desastres ambientais estão cada vez mais sendo debatidos em nível nacional, impulsionando as empresas buscarem ser mais proeminentes na resolução dessas questões sociais e ambientais. As ações relacionadas à RSC não contribuem somente para as empresas, como também, contribuem para os indivíduos que são beneficiados pelas ações (KAMIYA; HERNANDEZ; XAVIER; RAMOS, 2018). Habish (2004) afirma que as MPEs tem sido a base para adoção de práticas socioambientais nas comunidades, apesar das barreiras enfrentadas.

Metodologia

O presente estudo é caracterizado como uma pesquisa bibliométrica. Assim, a busca foi realizada na base de dados Web of Science, sendo considerado a produção científica dos dez últimos anos (2012 a 2021). Para filtrar as buscas, a pesquisa considerou apenas artigos e da seguinte área de estudo: management e business. Ao todo, 517 artigos foram encontrados nas buscas. Após isso, os artigos duplicados foram excluídos da pesquisa, o que resultou em um total de 245 artigos. Posteriormente à leitura dos títulos e resumos, 93 artigos atendiam aos critérios escopo final do estudo.

Análise dos Resultados

Fica evidenciado que nos últimos 10 anos, os temas que mais estão sendo abordados dentro dessa relação entre PMEs RSC são os seguintes: i) Políticas, percepções, motivações e ética (com 35 artigos publicados); ii) Inovação, competitividade e desempenho (com 31 artigos publicados); iii) Barreiras, dificuldades e implementação (com 11 artigos publicados); iv) Potencialidades e estratégias (com 9 artigos publicados); e por fim, v) Comunicação, mídia social e relatórios (com 7 artigos publicados). Totalizando 93 artigos publicados.

Conclusão

Foi possível elencar alguns estudos que permitem entender como a temática vem sendo debatida, podendo entender como a RSC é elencada, quais seus desafios e como ela pode ser implementada como um diferencial competitivo para as organizações no longo prazo. Assim, acredita-se que o presente estudo contribui para um entendimento inicial de como a temática vem sendo trabalhada. Admite-se as limitações metodológicas do estudo, onde uma revisão sistemática de literatura poderia trazer muito mais informações para discussão.

Referências Bibliográficas

KAMIYA, Annaysa Salvador Muniz; HERNANDEZ, José Mauro da Costa; XAVIER, Agne Karoline S.; RAMOS, Débora Beserra. A importância do apego à marca para o engajamento em causas de Responsabilidade Social Corporativa. Revista de Administração de Empresas, [S.L.], v. 58, n. 6, p. 564-575, nov. 2018. FapUNIFESP (SciELO). HABISCH, André. Social responsibility, social capital and SMEs. In: Spence, Laura.; Habisch, André.; Schmidpeter, R. Responsibility and social capital: the world of small and medium sized enterprises. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2004, p. 25-34.

Palavras Chave

Bibliometria, Pequenas e médias empresas, Responsabilidade Social

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS A PARTIR DE UMA PESQUISA BIBLIOMÉTRICA

RESUMO

Nas últimas décadas, muito se tem debatido sobre a Responsabilidade Social Corporativa (RSC), acerca das razões que orientam as empresas a adotarem a RSC. Diante disso, a adoção de práticas de RSC tem sido relevante para atuação das pequenas e médias empresas (PME's) na disseminação de ações socioambientais, assumindo uma postura comprometida com a RSC e ainda, tornando-se um agente de mudança cultural em prol de uma sociedade mais justa e solidária. Neste sentido, o objetivo deste estudo é propiciar uma visão geral dos estudos que tratam sobre a RSC em PME's, evidenciando as principais categorias de estudos dos últimos dez anos, a partir de uma pesquisa bibliométrica. Empregou-se uma análise dos artigos publicados na base de dados Web Of Science, em que 93 artigos atendiam aos critérios estabelecidos neste estudo. Os resultados indicaram que os trabalhos analisados possuíam discussões semelhantes em relação à RSC em PME's, classificando-os nas seguintes categorias de estudo: i) Políticas, percepções, motivações e ética; ii) Inovação, competitividade e desempenho; iii) Barreiras, dificuldades e implementação; iv) Potencialidades e estratégias; e por fim, v) Comunicação, mídia social e relatórios. Dessa forma, foi possível ter um entendimento inicial de como a temática vem sendo trabalhada e suas contribuições.

Palavras-chave: Bibliometria; pequenas e médias empresas; Responsabilidade Social.

1 INTRODUÇÃO

A sociedade moderna é complexa e constituída por diversos tipos de organizações, como empresas, partidos políticos, famílias, escolas e governos, entre outros. Assim, as empresas desempenham atribuições que são significativas para a sociedade e cada uma delas, é uma organização técnico-racional, que possui características e objetivos próprios. Vale salientar que, sempre que pessoas com interesses semelhantes se unem, formam uma organização social, sendo assim, cada uma dessas organizações possuirá suas características particulares de acordo com as necessidades humanas que buscam satisfazer (ALVES, 2003).

No decorrer da história, as atribuições das empresas no que tange a sociedade e a maneira de como são compreendidas pela sociedade passaram por várias modificações. Desse modo, emerge a conscientização em relação aos impactos que são gerados pelas empresas, assim como, surgem as preocupações ambientais e sociais por parte da sociedade. A partir da evolução dos negócios e dessas preocupações, as empresas gradativamente passam a debater e propor algumas ações relacionadas aos aspectos ambientais e sociais. Para tanto, a resposta corporativa no que diz respeito às questões sociais e ambientais, são conhecidas usualmente como: Responsabilidade Social Corporativa (RSC) ou Responsabilidade Social (RS) (PANWAR, 2006).

As grandes empresas que detém abundantes volumes de recursos financeiros e humanos, possuem um papel significativo para combater problemas estruturais da sociedade: violência, fome, doenças, carência de educação formal e entre outros. De forma ampla, a responsabilidade social corporativa abrange um comprometimento com a cadeia produtiva da empresa envolvendo: funcionários, fornecedores, clientes e a comunidade. Ou seja, o ambiente e a sociedade de maneira geral (SCHROEDER; SCHROEDER, 2004).

Nesse sentido, esse novo cenário não ocorre apenas nas grandes empresas, como também os governos, entidades do terceiro setor e as pequenas e médias empresas (PMEs) e a sociedade civil, interligando nessa rede de sustentabilidade social, que afeta de maneira direta

os negócios, bem como as relações interpessoais e o estilo de vida das pessoas (PEREIRA FILHO; CORRÊA; VAZ, 2015).

Entretanto, de acordo Uzhegova, Torkkeli e Saarenketo (2019), a maior parte dos autores que estudaram a RSC na realidade das PMEs, evidenciaram as distinções relacionadas ao porte da empresa na realização de práticas relacionada a RSC. As grandes empresas possuem acesso às mais diferentes ferramentas e oportunidades, logo, as abordagens relacionadas à RSC tornam-se diferente em relação às PMEs. Em um estudo realizado por Perrini, Russo e Tencati (2007), os autores apresentaram uma comparação das estratégias de RSC entre pequenas e grandes empresas. Eles concluíram que há evidências de que as PMEs estão buscando aderir às práticas de RSC. Porém, em confrontação com as grandes empresas ainda existem diferenças. Diante disso, esse estudo busca apresentar a seguinte questão-problema: Como a literatura evidencia a Responsabilidade Social Corporativa no âmbito das PMEs.

À vista disso, o objetivo deste artigo é propiciar uma visão geral dos estudos que tratam sobre a Responsabilidade Social Corporativa em Pequenas e Médias empresas, evidenciando as principais categorias de estudos dos últimos dez anos, a partir de uma pesquisa bibliométrica.

O presente estudo está estruturado em seis seções. A começar desta introdução, posteriormente, segue a ordem: o referencial teórico é apresentado na segunda seção; na terceira seção, a metodologia utilizada no estudo é denotada; na quarta seção, são expostas as análises dos dados; na penúltima seção, as considerações finais são apontadas; e por último, são apresentadas as referências utilizadas para o artigo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Responsabilidade Social Corporativa

Problemas relacionados a violência urbana, desigualdade social, déficit educacional e desastres ambientais estão cada vez mais sendo debatidos em nível nacional, impulsionando as empresas buscarem ser mais proeminentes na resolução dessas questões sociais e ambientais. As ações relacionadas à RSC não contribuem somente para as empresas, como também, contribuem para os indivíduos que são beneficiados pelas ações (KAMIYA; HERNANDEZ; XAVIER; RAMOS, 2018).

De acordo com Cho e Lee (2017), as ações de Responsabilidade Social Corporativa, nas últimas décadas, fizeram-se gradativamente mais significativas para as atividades das empresas. Apesar de não haver um consenso, a RSC comumente está relacionada a ações para melhorar os bens sociais. Podendo ser totalmente delimitada a compromissos filantrópicos ou éticos de forma voluntária, assim como, a RSC também pode ter ações incentivadas por questões econômicas ou legais.

Irigaray, Vergara e Araujo (2017) realizaram um estudo com o objetivo de identificar o que os relatórios divulgados pelas empresas, os relatórios sociais, expõem acerca do entendimento e a amplitude das práticas relacionadas com a RSC. O estudo foi realizado com empresas brasileiras listadas na bolsa de valores. A partir da análise dos resultados, foi verificado que somente um quarto das empresas pesquisadas compreendem a RSC de modo amplo e se mostram engajadas com a abrangência dessas ações. Estes autores elaboraram um quadro com as definições de RSC, de acordo com os principais conceitos em trabalhos publicados nos Estados Unidos, Europa e Brasil. A seguir, o Quadro 1 explicita as visões relacionadas à RSC:

Quadro 1 – Definições de Responsabilidade Social Corporativa.

Autor	Definições
--------------	-------------------

Frederick (1960, p. 60)	“[RSC] significa que homens de negócio devem supervisionar a operação de um sistema econômico cheio de expectativas do público. [...] implica uma postura pública em relação aos recursos econômicos e humanos da sociedade [...] vontade de ver que esses recursos são usados para grandes fins sociais e não apenas para as circunstâncias de interesses estreitos privados e das empresas.”
Friedman (1962, p. 120)	“[...] usar seus recursos e dedicar-se a atividades destinadas a aumentar seus lucros até onde permaneça dentro das regras do jogo, o que significa participar de uma competição livre e aberta, sem enganos ou fraude.”
Carroll (1979, p. 500)	“A responsabilidade social de uma empresa engloba as expectativas econômicas, legais, éticas e filantrópicas que uma sociedade tem das organizações em um determinado momento.”
McWilliams e Siegel (2001, p. 117)	“Ações que surgem para promover algum bem social para além dos interesses da empresa e daquelas exigidas por lei.”
World Business Council (2002, p. 2)	“[RSC] é o compromisso contínuo por parte das empresas para contribuir com o desenvolvimento econômico enquanto melhora a qualidade de vida dos trabalhadores e seus familiares, bem como a comunidade e a sociedade em geral.”
Kotler e Lee (2005, p. 3)	“Um compromisso para melhorar o bem-estar da comunidade passa por práticas discricionárias de negócios e contribuição de recursos corporativos.”
Oliveira (2005, p. 3)	“[RSC] diz respeito à maneira como as empresas agem, como impactam e como se relacionam com o meio ambiente e suas partes legitimamente interessadas (os chamados ‘stakeholders’, ou seja, empregados, fornecedores, governo e sociedade em geral).”

Instituto Ethos (2012)	“[RSC] é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.”
------------------------	---

Fonte: Adaptado de Irigaray, Vergara e Araujo (2017, p. 75-76).

Dessa forma, o quadro evidencia a evolução dos conceitos de RSC ao longo dos anos a partir de estudos internacionais, assim como contribui para o entendimento quanto as perspectivas e visões que foram sendo estabelecidas no campo da RSC nas últimas décadas.

Segundo Yuan, Lu, Tian e Yu (2020, p. 359) a RSC possui uma conceituação multifacetada, que “reflete a resposta de uma empresa às expectativas e demandas de uma ampla gama de *stakeholders*, incluindo a sociedade, o meio ambiente e os indivíduos”. Já em relação aos benefícios relacionados às práticas de RSC, Panwar (2006) elaborou um quadro com base nos estudos de Kotler e Lee (2005) e Azapagic (2003). A seguir, o Quadro 2 evidencia os benefícios.

Quadro 2 - Benefícios de negócios das práticas de RSC comoretratado por Kotler e Lee (2005) e Azapagic (2003).

Kotler e Lee (2005)	Azapagic (2003)
<ul style="list-style-type: none"> ● Imagem corporativa aprimorada e influência ● Aumento de vendas e quota de mercado ● Posicionamento de marca fortalecido ● Maior capacidade de atrair, motivar e reter funcionários ● Custos operacionais reduzidos ● Maior apelo para investidores e financeiros analistas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Redução de custos e benefícios de inovação ● Menor custo de segurança e saúde ● Custos de mão-de-obra mais baixos ● Fácil acesso aos credores e seguradoras ● Influência das melhores práticas sobre legislação ● Reputação da empresa ● Vantagem de mercado ● Oportunidade de atrair investidores éticos.

Fonte: Panwar (2006, p. 5) adaptado de Kotler e Lee (2005) e Azapagic (2003).

As empresas têm grandes dificuldades para definir os benefícios que a adoção da RSC oferece e, ao mesmo tempo, questionam quais seriam os resultados, caso essas ações não fossem executadas. Assim, autores indicam que há indícios que justificam que gestores utilizam ações responsáveis e éticas, considerando-se fundamental incorporar essas ações no cotidiano de uma organização (SINGHAPAKDI et al., 2001).

Em um estudo realizado por Cho e Lee (2019), por meio de estudos recentes de RSC sobre as características gerenciais, investigaram como a eficiência gerencial influencia os resultados da RSC. E em um dos achados do estudo, os autores apontam que os gerentes

eficientes são mais inclinados a se envolver na RSC ligada ao produto, que está relacionada diretamente ao desempenho financeiro corporativo (DFC), contudo, eles são menos inclinados a se envolver na RSC referente ao meio ambiente.

2.2 Responsabilidade Social Corporativa em Pequenas e Médias Empresas

As empresas possuem a dimensão de pequena ou média caracterizada de acordo com um determinado limiar. Conseqüentemente, as definições de Pequenas e Médias Empresas (PMEs) variam de acordo com cada país, o que corresponde à natureza relativa desses termos. No Canadá, a título de exemplo, uma empresa que tenha de 1 a 99 empregados é classificada como uma pequena empresa, já outra empresa seja que tenha de 100 a 499 empregados, ela é classificada como média empresa (UZHEGOVA; TORKKELI; SAARENKETO, 2019).

Já no Brasil, segundo a definição do SEBRAE (2013), o critério para estabelecer o porte da empresa corresponde ao número de seus funcionários e ao setor de atividade econômica. A seguir, o Quadro 3, apresenta a classificação dos estabelecimentos segundo porte:

Quadro 3 - Classificação dos estabelecimentos segundo porte.

Porte	Setores	
	Indústria	Comércio e Serviços
Microempresa	até 19 pessoas ocupadas	até 9 pessoas ocupadas
Pequena empresa	de 20 a 99 pessoas ocupadas	de 10 a 49 pessoas ocupadas
Média empresa	de 100 a 499 pessoas ocupadas	de 50 a 99 pessoas ocupadas
Grande empresa	500 pessoas ocupadas ou mais	100 pessoas ocupadas ou mais

Fonte: SEBRAE, (2013, p. 17).

Segundo a definição do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES, 2018), que classifica seus clientes em relação ao porte, levando em consideração a Receita Operacional Bruta (ROB) das empresas ou de acordo com a renda anual de clientes pessoas físicas. A seguir, o Quadro 4 exemplifica esta classificação das empresas conforme a ROB:

Quadro 4 - Classificação de empresas segundo ROB.

Classificação	Receita operacional bruta anual ou renda anual
Microempresa	Menor ou igual a R\$ 360 mil
Pequena empresa	Maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 4,8 milhões
Média empresa	Maior que R\$ 4,8 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões
Grande empresa	Maior que R\$ 300 milhões

Fonte: BNDES (2021).

De acordo com Uzhegova, Torkkeli e Saarenketo (2019) as PMEs constituem a maior parte de todas as empresas dos países que participam da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), como por exemplo, os Estados Unidos, Canadá e outros países. Na maioria das vezes mais de 90% das empresas nesses países estão incluídas nesta categoria. Em consequência da grande população dessas empresas, em muitos países, as contribuições das PMEs são consideradas como a ‘espinha dorsal’ para as economias nacionais, mediante as atividades comerciais e os empregos que são gerados. À vista disso, é significativo o impacto ambiental e social das PMEs.

Habish (2004) afirma que as MPEs tem sido a base para adoção de práticas socioambientais nas comunidades, apesar das barreiras enfrentadas. Assim, considera importante a importância das micro e pequenas empresas para a disseminação das práticas socioambientais. Já o Instituto Ethos e Sebrae (2003) afirmam que ao assumir uma postura de responsabilidade social, as micro e pequenas empresas tornam-se agentes de uma mudança cultural em prol da construção de uma sociedade mais justa e solidária.

3 METODOLOGIA

O presente estudo é caracterizado como uma pesquisa bibliométrica. Esse tipo de pesquisa tem como objetivo fornecer dados referentes ao tema estudado, como também informar as relevâncias dos estudos para sociedade (TÓMAS-GÓRRIZ; TÓMAS-CASTERÁ, 2018). Trata-se de uma técnica que pode ser definida como sendo uma análise da literatura, a partir da aplicação de técnicas estatísticas e matemáticas que resultará em um panorama da temática investigada de acordo com os indicadores previamente definidos (CHUEKE; AMATUCI, 2015; MOMESSO; NORONHA, 2017). Em janeiro de 2022, foi realizada uma pesquisa na base de dados *Web of Science*. Optamos por esta base de dados, por sua relevância no contexto científico, visto que, a base possibilita o acesso a mais 12.000 periódicos científicos (COSTA; CARVALHO; MOREIRA; PRADO, 2017).

O intervalo de tempo abrangeu o período dos dez últimos anos, de 2012 a 2021. Para selecionar os artigos, as seguintes *strings* foram utilizadas para a busca, podendo estar inseridas nas palavras-chaves, resumos ou nos títulos dos artigos:

- “*Corporate Social Responsibility*” AND “*Small Business*”;
- “*Corporate Social Responsibility*” AND “*Medium Companies*”;
- “*Corporate Social Responsibility*” AND “*Small and medium-sized enterprises*”;
- “*Social Responsibility*” AND “*Small Business*”;
- “*Social Responsibility*” AND “*Medium Companies*”;
- “*Social Responsibility*” AND “*Small and medium-sized enterprises*”

Para filtrar as buscas, a pesquisa foi refinada com base na seleção apenas de artigos e nas seguintes áreas de estudos: *management* e *business*. Ao todo, 517 artigos foram encontrados nas buscas. Após isso, os artigos duplicados foram excluídos da pesquisa, o que resultou em um total de 245 artigos. Para que posteriormente os resumos dos artigos fossem analisados, eles deveriam atender aos seguintes critérios:

- Publicados após 2012;
- Discutir abordagens relacionadas à RSC com foco em pequenas e/ou médias empresas;
- Escrito em língua inglesa.

Posteriormente à leitura dos títulos e resumos, 93 artigos atendiam aos critérios acima citados, dessa forma, estabelecendo a escopo final do estudo. Os artigos foram classificados em 5 grupos, nas quais possuíam discussões semelhantes em relação à RSC em PME’s. Sendo estes: i) Políticas, percepções, motivações e ética; ii) Inovação, competitividade e desempenho;

iii) Barreiras, dificuldades e implementação; iv) Potencialidades e estratégias; e por fim, v) Comunicação, mídia social e relatórios.

Após a análise bibliométrica, foi realizada uma síntese daqueles artigos julgados durante o processo de análise como mais importantes para a temática, utilizando-se de um processo de escolha qualitativo, no qual os autores apontaram quais seriam esses artigos mais importante para entender como a temática vem sendo trabalhada.

4 ANÁLISES DOS DADOS

Para que houvesse uma melhor análise dos dados, os 93 artigos que atendiam aos critérios estabelecidos foram agrupados em 5 grupos (conforme mencionado na mencionado na metodologia) relacionados às áreas de estudos dos artigos publicados. Em seguida, o Quadro 5 apresenta as áreas de estudos e a quantidade de artigos que foram publicados ao longo dos últimos dez anos.

Quadro 5 - Áreas de estudos de RSC em pequenas e médias empresas.

Grupos de discussão	Artigos publicados
Políticas, percepções, motivações, práticas e ética	35
Inovação, competitividade e desempenho	31
Barreiras, dificuldades e implementação	11
Potencialidades e estratégias	9
Comunicação, mídia social e relatórios	7

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

A partir dos dados coletados na base de dados *Web of Science*, é possível afirmar que o ano de 2020 foi o de maior produtividade em relação às publicações pertinentes aos estudos de RSC em PME's, com 19 trabalhos publicados. Seguido dos anos de 2016, 2021 e 2019, respectivamente com 16, 15 e 12 artigos publicados. Já referente ao ano com com menos publicações, 2014 aparece com apenas 3 publicações relacionadas a RSC em PME's. Em seguida, o Quadro 6 apresenta a quantidade de publicações por ano:

Quadro 6 - Publicações por ano.

Anos da publicação	Contagem do registro	% de 93
2020	19	20.430
2016	16	17.204
2021	15	16.129
2019	12	12.903
2017	11	11.828
2013	5	5.376
2012	4	4.301

2015	4	4.301
2018	4	4.301
2014	3	3.226

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

No que se refere aos periódicos, o Quadro 7 a seguir, evidencia os que mais publicaram estudos relacionados à RSC em PMEs, com destaque para: *Corporate Social Responsibility And Environmental Management* (com 19 artigos publicados), *Journal Of Business Ethics* (com 9 artigos publicados), *Social Responsibility Journal* (com 5 artigos publicados) e o *Journal Of Small Business Management* (com 4 artigos publicados). No total, 46 periódicos publicaram estudos relacionados ao tema, que estão listados no Quadro 10 contido no Apêndice.

Quadro 7 - Periódicos que mais publicaram estudos relacionados ao tema.

Periódicos	Contagem do registro	% de 93
<i>Corporate Social Responsibility And Environmental Management</i>	19	20.430
<i>Journal Of Business Ethics</i>	9	9.677
<i>Social Responsibility Journal</i>	5	5.376
<i>Journal Of Small Business Management</i>	4	4.301
<i>Journal Of Global Responsibility</i>	3	3.226
<i>Journal Of Small Business And Enterprise Development</i>	3	3.226
<i>Business Ethics A European Review</i>	2	2.151
<i>Business Ethics The Environment Responsibility</i>	2	2.151
<i>Business Society</i>	2	2.151
<i>Cogent Business Management</i>	2	2.151

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Durante o período analisado, que corresponde de 2012 a 2021, a Inglaterra foi o país que mais abordou o tema (com 17 trabalhos publicados), seguido da Espanha (com 11 trabalhos publicados), e em terceiro, os Estados Unidos (com 10 trabalhos publicados), seguido da França e Itália (ambos países com 8 trabalhos publicados). Em seguida, o Quadro 8 apresenta os países que mais publicaram sobre o tema:

Quadro 8 - Publicações por países.

Países/Regiões	Contagem do registro	% de 93
Inglaterra	17	18.280
Espanha	11	11.828
Estados Unidos	10	10.753
França	8	8.602
Itália	8	8.602
Austrália	7	7.527
Holanda	7	7.527
Vietnã	6	6.452
China	5	5.376
Finlândia	4	4.301
Índia	4	4.301
Nova Zelândia	4	4.301
Paquistão	4	4.301
Dinamarca	3	3.226
Japão	3	3.226
Malásia	3	3.226
Portugal	3	3.226
Suécia	3	3.226

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Além desses, outros 18 países publicaram um estudo cada, sendo eles: Albânia, Argentina, Camarões, Alemanha, Grécia, Hungria, Lituânia, Maurício, Nigéria, Noruega, Polônia, Romênia, Escócia, Eslováquia, África do Sul, Coreia do Sul, Suíça e Uganda. Já outros 11 países, sendo eles: Brasil, Canadá, Colômbia, República Tcheca, Gana, Indonésia, Líbano,

Marrocos, Arábia Saudita, Emirados Árabes e Zâmbia, publicaram dois estudos cada. Ao todo 47 países publicaram estudos relacionados ao tema, totalizando 93 artigos.

A respeito dos autores mais recorrentes que publicaram sobre o tema no recorte feito, destaque para: Adomako, S., Martinez-martinez. D., Masurel, E. e Spence, LJ. (ambos autores com 3 trabalhos publicados). Ao todo, 239 autores aparecem nos resultados da pesquisa. Em seguida, o Quadro 9 apresenta os autores 10 que foram mais recorrentes em publicações relacionados ao tema:

Quadro 9 - Autores mais recorrentes.

Autores	Contagem do registro	% de 93
Adomako, S.	3	3.226
Martinez-martinez. D.	3	3.226
Masurel, E.	3	3.226
Spence, LJ.	3	3.226
Abdel-maksoud, A.	2	2.151
Ansong, A.	2	2.151
Cheffi W	2	2.151
Choongo, P.	2	2.151
Graaflan, J.	2	2.151
Hernandez, JPSI.	2	2.151

Fonte: Dados da pesquisa (2022).

5 DISCUSSÃO

Depois de analisar os dados bibliométricos se partiu para uma análise qualitativa de quais seriam os artigos mais importantes para entender a temática da Responsabilidade Social Corporativa entre os estudos utilizados na presente pesquisa. A escolha dos artigos ocorreu a partir do entendimento dos autores, na leitura de seus resumos, de quais seriam necessários para entender como a temática vem se desenvolvendo. Uma síntese desses estudos é apresentada nos parágrafos abaixo.

Em seus estudos, Cheffi, Abdel-Maksoud e Farooq (2021), buscaram verificar o papel mediador desempenhado pela RSC nos Sistemas de Controle de Gestão (SCG) na relação entre iniciativas de RSC e o desempenho organizacional das PME's. Os autores propuseram e validaram empiricamente um modelo para verificar esses relacionamentos. A partir dos resultados, foi demonstrado que o desempenho organizacional da empresa não está associado apenas por atividades unicamente comerciais, como também, por iniciativas de RSC.

Le, Ngo e Aureliano-Silva (2021), por meio de uma abordagem quantitativa, buscaram avaliar o papel da RSC no desempenho das PMEs em um contexto de um mercado emergente, para isso, os autores utilizaram as variáveis mediadoras: confiança na marca e lealdade à marca. Os resultados indicaram que o desempenho de RSC afeta de forma positiva a lealdade e a confiança dos clientes na marca, e dessa forma, isso afetaria gradualmente e de maneira positiva o desempenho da empresa. À vista disso, as PMEs que praticam de maneira adequada a RSC, aumenta e melhora a confiança dos *stakeholders* na marca.

Já em relação às barreiras e dificuldades para a implementação da RSC em PME's, Elhajjar e Ouaida (2020) investigaram por quais motivos as PME's libanesas resistem à adoção de práticas relacionadas à RSC. Por meio de entrevistas semiestruturadas, realizadas com gerentes e funcionários de variados níveis de hierarquia, os resultados demonstraram que um dos principais fatores que contribuem para a não adoção da RSC, é a resistência à mudança por parte dos funcionários, gerentes e líderes das empresas. Em relação aos fatores que contribuem para essa resistência a mudanças, os autores citam a cultura coletiva e organizacional como provável fonte.

Lee, Kwak e Park (2017), evidenciaram que a implementação das práticas de RSC nas PME's possuem dificuldades consideráveis. Por meio de questionários, a pesquisa abrangeu as empresas de manufatura localizadas na Coreia do Sul. Os dados coletados foram analisados a partir de várias técnicas estatísticas. De acordo com os resultados empíricos, os autores evidenciaram que, devido à complexidade do processo de implementação de RSC, as PME's propendem a buscar as práticas de RSC que facilmente podem ser visualizadas pelos seus clientes. Como também, devido às suas restrições financeiras, as PME's normalmente possuem uma posição fraca em relação à implementação de práticas de RSC.

Por meio de políticas, os governos necessitam incentivar a conscientização em relação a implementação de práticas de RSC. Assim como, organizações governamentais devem incorporar programas de incentivos ou assistência financeira para apoiar as PME's em relação às práticas de RSC (LEE; KWAK; PARK, 2017). De modo paradoxal, Amaeshi, Adegbite, Ogbechie, Idemudia, Kan, Issa e Anakwue (2015) reiteram que a ausência de uma política pública eficaz, que normalmente seria um desestímulo, é capaz de encorajar as práticas responsáveis nas PME's.

Com relação à RSC política, as PME's não possuem recursos suficientes para a realizar a gestão de RSC política da mesma maneira que as grandes empresas. As multinacionais realizam procedimentos formais, como por exemplo, possuir departamentos que são dedicados à RSC, como também, podem dispor de relatórios, auditoria e recursos de monitoramento. De maneira contrária, às PME's dispõe de procedimentos díspares e menos formais para gerir e avaliar a RSC política. Consequentemente, as principais barreiras que são identificadas na implementação de RSC política nas PME's são a falta de recursos financeiros e humanos, assim como, a insuficiência de conhecimentos gerais relacionados à RSC (WICKERT, 2014).

Zuo, Jiang e Wei (2021) examinaram se o engajamento das atividades relacionadas à RSC mitiga a *liability of newness* (LoN) (responsabilidade da novidade) em novas empresas. Ao investigar a efetividade da RSC como uma estratégia para as novas empresas, segundo os autores, investir em RSC torna-se proveitoso para os novos empreendimentos. Desse modo, a RSC torna-se uma estratégia efetiva para mitigar a LoN. Ao investir em RSC, é possível equilibrar as contingências internas e externas relacionadas a LoN, e assim, melhorar o desempenho das novas empresas.

De acordo com Moneva-Abadía, Gallardo-Vázquez e Sánchez-Hernández (2019, p. 19) a RSC pode ser uma estratégia proveitosa para as pequenas empresas, e que em tempos de crises econômicas, essa estratégia pode ser um elemento decisivo para a competitividade da empresa “pois a concomitante crise de valores exige novas formas de comportamento, que o mercado provavelmente irá recompensar”. Sendo assim, segundo os autores, investir em RSC corresponde a uma oportunidade para as empresas em situações de crises econômicas.

Já em relação a incorporar a RSC às estratégias de posicionamento de marca, Youssef, Leicht, Pellicelli e Kitchen (2017) realizaram um estudo no qual foi abordado a significância da RSC em um contexto de PME's *business-to-distributor* (B2D) em relação ao *marketing* de marca. Utilizando uma abordagem qualitativa, os resultados evidenciaram que apesar de que os compradores industriais concedem certa significância à RSC, as principais motivações de compras estão associadas à qualidade percebida do produto e ao *design* do produto.

Segundo Dias, Rodrigues, Craig e Neves (2019), as empresas preferem as atividades de RSC que estão estritamente ligadas à obtenção de resultados econômicos e com a manutenção dos negócios. As práticas de divulgação de RSC não difere consideravelmente entre as grandes empresas e as PMEs. Porém, as grandes empresas divulgam mais informações relacionadas à sociedade e ao meio ambiente do que as PMEs.

Yáñez-Araque, Hernández, Gutiérrez-Broncano e Jiménez-Estévez (2021) verificaram a relação entre RSC e o desempenho econômico é consideravelmente distinto para as micro, pequenas e médias empresas (MPMEs) familiares e não familiares. Os achados do estudo evidenciam que ao adotarem os mesmos compromissos relacionados à RSC, as MPMEs familiares atingem um maior desempenho econômico do que as não familiares. Para os autores, esses achados representam implicações teóricas e práticas para as MPMEs em relação à RSC.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo analisar o estado da arte em relação à RSC no campo das pequenas e médias empresas, demonstrando como o tema tem sido debatido nos últimos dez anos e evidenciando as suas principais áreas de estudos.

Fica evidenciado que nos últimos 10 anos, os temas que mais estão sendo abordados dentro dessa relação entre PMEs RSC são os seguintes: i) Políticas, percepções, motivações e ética (com 35 artigos publicados); ii) Inovação, competitividade e desempenho (com 31 artigos publicados); iii) Barreiras, dificuldades e implementação (com 11 artigos publicados); iv) Potencialidades e estratégias (com 9 artigos publicados); e por fim, v) Comunicação, mídia social e relatórios (com 7 artigos publicados). Totalizando 93 artigos publicados.

Ainda foi possível elencar alguns estudos que permitem entender como a temática vem sendo debatida, podendo entender como a RSC é elencada, quais seus desafios e como ela pode ser implementada como um diferencial competitivo para as organizações no longo prazo.

Assim, acredita-se que o presente estudo contribui para um entendimento inicial de como a temática vem sendo trabalhada. Admite-se as limitações metodológicas do estudo, onde uma revisão sistemática de literatura poderia trazer muito mais informações para discussão.

Com isso, se deixa como sugestão de estudo futuro realizar uma revisão sistemática de literatura, com os mesmos parâmetros, para um entendimento muito mais abrangente da temática.

REFERÊNCIAS

ALVES, Elvisney Aparecido. Dimensões da responsabilidade social da empresa: uma abordagem desenvolvida a partir da visão de Bowen. **R. Adm.**, São Paulo, v. 38, n. 1, p. 35-45, jan./fev./mar. 2003.

AMAESHI, Kenneth; ADEGBITE, Emmanuel; OGBECHIE, Chris; IDEMUDIA, Uwafiokun; KAN, Konan Anderson Seny; ISSA, Mabumba; ANAKWUE, Obianuju I. J.. Corporate Social Responsibility in SMEs: a shift from philanthropy to institutional works?. **Journal Of Business Ethics**, [S.L.], v. 138, n. 2, p. 385-400, 31 mar. 2015. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-015-2633-1>.

BNDES. **Porte de empresa**: classificação de porte dos clientes. 2018. Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/financiamento/guia/porte-de-empresa>. Acesso em: 11 nov. 2021.

CHEFFI, Walid; ABDEL-MAKSOU, Ahmed; FAROOQ, Muhammad Omer. CSR initiatives, organizational performance and the mediating role of integrating CSR into

management control systems: testing an inclusive model within smes in an emerging economy. **Journal Of Management Control**, [S.L.], v. 32, n. 3, p. 333-367, 10 jun. 2021. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s00187-021-00323-6>.

CHO, Seong Y.; LEE, Cheol. Managerial Efficiency, Corporate Social Performance, and Corporate Financial Performance. *Journal Of Business Ethics*, [S.L.], v. 158, n. 2, p. 467-486, 16 dez. 2017. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-017-3760-7>.

CHO, Seong Y.; LEE, Cheol. Managerial Efficiency, Corporate Social Performance, and Corporate Financial Performance. **Journal Of Business Ethics: Journal of Business Ethics**, [s. l], p. 467-486, 2019.

CHUEKE, G. V.; AMATUCI, M. O que é bibliometria? Uma introdução ao Fórum. **Revista Eletrônica de Negócios Internacionais**. São Paulo, v.10, n. 2, p. 1-5, mai./ago. 2015.

COSTA, Daniel Fonseca; CARVALHO, Francisval de Melo; MOREIRA, Bruno César de Melo; PRADO, José Willer do. Bibliometric analysis on the association between behavioral finance and decision making with cognitive biases such as overconfidence, anchoring effect and confirmation bias. **Scientometrics**, [S.L.], v. 111, n. 3, p. 1775-1799, 1 abr. 2017. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s11192-017-2371-5>.

DIAS, António; RODRIGUES, Lúcia Lima; CRAIG, Russell; NEVES, Maria Elisabete. Corporate social responsibility disclosure in small and medium-sized entities and large companies. **Social Responsibility Journal**, [s. l], v. 15, n. 2, p. 137-154, mar. 2019.

ELHAJJAR, Samer; OUAIDA, Fadila. Identifying the drivers of resistance to corporate social responsibility: the case of lebanese smes. **Qualitative Research In Organizations And Management: An International Journal**, [S.L.], v. 15, n. 4, p. 543-560, 6 ago. 2020. Emerald. <http://dx.doi.org/10.1108/qrom-02-2020-1898>.

HABISCH, André. **Social responsibility, social capital and SMEs**. In: Spence, Laura.; Habisch, André.; Schmidpeter, R. Responsibility and social capital: the world of small and medium sized enterprises. Hampshire: Palgrave Macmillan, 2004, p. 25-34.

INSTITUTO ETHOS; SEBRAE. **Responsabilidade social empresarial para micro e pequenas empresas – passo a passo**. São Paulo, 2003.

IRIGARAY, Hélio Arthur Reis; VERGARA, Sylvia Constant; ARAUJO, Rafaela Garcia. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: o que revelam os relatórios sociais das empresas. **Organizações & Sociedade**, [S.L.], v. 24, n. 80, p. 73-88, mar. 2017. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/1984-9230804>.

KAMIYA, Annaysa Salvador Muniz; HERNANDEZ, José Mauro da Costa; XAVIER, Agne Karoline S.; RAMOS, Débora Beserra. A importância do apego à marca para o engajamento em causas de Responsabilidade Social Corporativa. **Revista de Administração de Empresas**, [S.L.], v. 58, n. 6, p. 564-575, nov. 2018. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0034-759020180605>.

LE, Thanh Tiep; NGO, Huan Quang; AURELIANO-SILVA, Leonardo. Contribution of corporate social responsibility on SMEs' performance in an emerging market – the mediating

roles of brand trust and brand loyalty. **International Journal Of Emerging Markets**, [S.L.], v. --, n. --, p. 1-24, 20 jul. 2021. Emerald. <http://dx.doi.org/10.1108/ijoem-12-2020-1516>.

LEE, Hee-Yong; KWAK, Dong-Wook; PARK, Jeong-Yang. Corporate Social Responsibility in Supply Chains of Small and Medium-Sized Enterprises. **Corporate Social Responsibility And Environmental Management**, [S.L.], v. 24, n. 6, p. 634-647, 23 jun. 2017. Wiley. <http://dx.doi.org/10.1002/csr.1433>.

MONEVA-ABADÍA, José M.; GALLARDO-VÁZQUEZ, Dolores; SÁNCHEZ-HERNÁNDEZ, M. Isabel. Corporate Social Responsibility as a Strategic Opportunity for Small Firms during Economic Crises. **Journal Of Small Business Management**, [S.L.], v. 57, n. 2, p. 172-199, 1 nov. 2019. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1111/jsbm.12450>.

MOMESSO, A.C.; NORONHA, D. P. Bibliométrie ou Bibliometrics: o que há por trás de um termo? **Perspectivas em Ciência da Informação**, v.22, n.2, p.118-124, abr./jun. 2017.

PANWAR, Rajat; RINNE, Tomj; HANSEN, Eric; JUSLIN, Heikki. Corporate Responsibility Balancing Economic, Environmental, and Social Issues in the Forest Products Industry. *Forest Products Journal*. [S/L], p. 4-12. fev. 2006.

PEREIRA FILHO, José Eduardo; CORRÊA, Nivea Maria Ferraz; VAZ, Cristina de Oliveira. RESPONSABILIDADE SOCIAL EM PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS: características e novos desafios. **Ciência Atual-Revista Científica Multidisciplinar do Centro Universitário São José**, v. 6, n. 2, 2015.

PERRINI, Francesco; RUSSO, Angeloantonio; TENCATI, Antonio. CSR Strategies of SMEs and Large Firms. Evidence from Italy. **Journal Of Business Ethics**, [S.L.], v. 74, n. 3, p. 285-300, 30 jan. 2007. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-006-9235-x>.

SEBRAE. **Serviço de apoio aos micros e pequenas empresas**. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/Entenda-asdistin%C3%A7%C3%B5es-entre-microempresa,-pequena-empresa-e-MEI>.

SINGHAPAKDI, A.; KARANDE, K.; RAO, C.P.; VITELL, S. J. How Important are Ethics and Social Responsibility? A Multinational Study of Marketing Professionals. **European Journal of Marketing**, p. 134, 2001.

SCHROEDER, Jocimari Tres; SCHROEDER, Ivanir. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: LIMITES E POSSIBILIDADES. **Rae-Eletrônica**, [s. l], v. 3, n. 1, p. 1-10, jan./jun. 2004.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE. **Anuário do trabalho na micro e pequena empresa**. 6. ed. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. – Brasília, DF; DIEESE, 2013.

TOMÁS-GÓRRIZ, V; TOMÁS-CASTERÁ, V. La Bibliometría en la evaluación de la actividad científica. **Hosp Domic**. 2018; Vol. 2, n. 4, p. 145-163. DOI: <http://doi.org/10.22585/hospdomic.v2i4.51>.

UZHEGOVA, Maria; TORKKELI, Lasse; SAARENKETO, Sami. Corporate Social Responsibility in SMEs: implications on competitive performance date submitted. **Management Revue**, [S.L.], v. 30, n. 2-3, p. 232-267, 2019. Nomos Verlag. <http://dx.doi.org/10.5771/0935-9915-2019-2-3-232>.

WICKERT, Christopher. "Political" Corporate Social Responsibility in Small- and Medium-Sized Enterprises. **Business & Society**, [S.L.], v. 55, n. 6, p. 792-824, 16 jun. 2014. SAGE Publications. <http://dx.doi.org/10.1177/0007650314537021>.

YÁÑEZ-ARAQUE, Benito; HERNÁNDEZ, Juan Pablo Sánchez-Infante; GUTIÉRREZ-BRONCANO, Santiago; JIMÉNEZ-ESTÉVEZ, Pedro. Corporate social responsibility in micro-, small- and medium-sized enterprises: multigroup analysis of family vs. nonfamily firms. **Journal Of Business Research**, [S.L.], v. 124, p. 581-592, jan. 2021. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.023>.

YOUSSEF, Kamel Ben; LEICHT, Thomas; PELLICELLI, Michela; KITCHEN, Philip J.. The importance of corporate social responsibility (CSR) for branding and business success in small and medium-sized enterprises (SME) in a business-to-distributor (B2D) context. **Journal Of Strategic Marketing**, [S.L.], v. 26, n. 8, p. 723-739, 4 out. 2017. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1080/0965254x.2017.1384038>.

YUAN, Yuan; LU, Louise Yi; TIAN, Gaoliang; YU, Yangxin. Business Strategy and Corporate Social Responsibility. **Journal Of Business Ethics**, [s. l], p. 359-377, ago. 2020.

ZUO, Yan; JIANG, Shenyang; WEI, Jiang. Can corporate social responsibility mitigate the liability of newness? Evidence from China. **Small Business Economics**, [S.L.], p. 1-20, 24 out. 2021. Springer Science and Business Media LLC. <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-021-00551-z>.