

UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

CAMILA PEREIRA DO AMARAL

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E EMPRESARIAL: UMA
REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

DOURADOS – MS

2017

CAMILA PEREIRA DO AMARAL

**RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E EMPRESARIAL: UMA
REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA**

Trabalho de Graduação apresentado à Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia da Universidade Federal da Grande Dourados, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Luan Carlos Santos Silva

Banca Examinadora:

Professor Dr. José Jair Soares Viana

Professora Dra. Jane Corrêa Alves Mendonça

DOURADOS – MS

2017

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E EMPRESARIAL: UMA REVISÃO
SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Esta monografia foi julgada adequada para aprovação na atividade acadêmica específica de Trabalho de Graduação II, que faz parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Administração pela Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Economia – FACE da Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD.

Apresentado à Banca Examinadora integrada pelos professores:

Presidente

Prof. Dr. Luan Carlos Santos Silva

Avaliador

Prof. Dr. José Jair Soares Viana

Avaliadora

Profa. Dr.^a Jane Corrêa Alves Mendonça

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus por minha vida e por ter me abençoado com saúde, sabedoria, paciência e discernimento me permitindo chegar até aqui;

Aos meus pais, José Carlos e Jovelina, minha principal motivação para não desistir nos momentos de dificuldade, durante os anos na faculdade, pois mesmo não tendo a oportunidade de estudar, mostraram-me a importância do conhecimento em nossa vida e o despertar do melhor em nós, em nosso favor e do nosso próximo;

A minha irmã Andréia e meu tio Olivar, por todas as horas que dedicaram a me auxiliar no aprendizado escolar e a todas as broncas e aconselhamentos realizados com o intuito de livrar-me dos males do caminho;

Ao meu esposo, amigo e companheiro Jederson Henrique, por todo o carinho, paciência e ajuda que me ensinaram a ser uma aluna, uma profissional e uma pessoa melhor;

Aos meus sogros, Roneli e João Batista e, ao meu cunhado Emanuel, por terem me aproximado mais de Deus, ensinando-me o valor da compaixão e da bondade;

Ao meu orientador Prof. Dr. Luan Carlos S. Silva, por toda sua dedicação e paciência na transmissão do conhecimento necessário para a conclusão deste trabalho, tornando-me confiante na minha capacidade intelectual;

Aos professores do curso de Bacharelado em Administração da UFGD, que contribuíram com o conhecimento essencial, proporcionando o embasamento necessário para o sucesso da minha caminhada profissional;

Aos técnicos e coordenadores da Faculdade de Administração Ciências Contábeis e Economia da UFGD, por sua presteza em sanar as dúvidas e o auxílio em atividades diversas.

A Luana Moreira, amiga e aluna do mesmo curso, por estar do meu lado desde o início do curso, colaborando em todos os momentos e incentivando-me a não me abater diante das dificuldades.

RESUMO

O presente trabalho desenvolveu um estudo dos fatores motivadores da prática e divulgação da responsabilidade social corporativa e empresarial, com o intuito de apresentar o critério de importância aplicado à implantação da responsabilidade social pelo setor empresarial. Para o desenvolvimento do trabalho e alcance dos resultados, a metodologia utilizada foi a revisão sistemática da literatura, em que durante a primeira busca de artigos através da inclusão da palavra-chave “Responsabilidade Social” e exclusão das palavras-chaves “Ambiental e Ambientalmente”, foram identificados 195 artigos. Em seguida, foram utilizados critérios de inclusão e exclusão relacionados ao período estudado, em que foram identificados 162 artigos, sendo feita uma classificação dos artigos por área da responsabilidade social, onde foram estabelecidas sete áreas: governo, educação, saúde, marketing, sociedade, meio ambiente e empresa. De acordo com o objetivo do trabalho que se destina a retratar a responsabilidade social corporativa e empresarial, foi realizada uma exclusão de 71 artigos que não se enquadravam diretamente à área de empresa na responsabilidade social, totalizando para estudo 91 artigos. Através de uma análise criteriosa dos artigos pesquisados, foram apresentados os dados obtidos por meio de tabelas e figuras, sendo que, em complemento a esta demonstração, foram utilizados o *software Ucinet* para visualização da rede de relacionamento entre os artigos e as sete áreas da responsabilidade social, além do *software NVivo*, utilizado para demonstrar através de uma nuvem, as palavras mais utilizadas nos 91 artigos analisados. Por meio desta análise concluiu-se que existem diversos fatores que influenciam a implantação e divulgação da responsabilidade social por parte da empresa, sendo que na sua maioria, isso ocorre por fatores legais ou estratégicos, evidenciando que a prática e divulgação da responsabilidade social por parte das empresas se justifica pela busca de benefícios ou processos de troca - uma atitude socialmente responsável por um benefício econômico ou legal.

Palavras-chaves: Responsabilidade social; organização; *stakeholders*, estratégia.

ABSTRACT

The present work Developed a study of Motivating factors of Practice and divulgation of corporate social and business responsibility, in order to show the criterion of importance Applied to implantation of social responsiblity by the business sector. For the development of work and achievement of results the methodology used was the systematic literature review In which the first search of articles by including the keyword “Social Responsiblity “ and inclusion of keyword “Environmental and Environmentally” 195 articles were identified. Then were used inclusion criteria of inclusion exclusion related to the studied period In which they were identified 162 articles being made a classification of articles by area of social responsibility where seven areas were established: Government, education, health, marketing, society, environment and business. According to the objective of the work that is intended to portray corporate social and bussines responsibility, it was conducted an exclusion of 71 articles that did not fit directly to the corporate area in social responsibility, totalizing for study 91 articles. Through a careful analysis of the articles searched, the data obtained were presented By means of tables and figures, being that, in addition to this demonstration were used the Software Ucinet for visualization of the relationship network among articles and the seven areas of social responsibility, in addition to NVivo software used to demonstrate through a cloud, the most used words in the analyzed 91 articles. Through this analysis it was concluded that there are several factors that influence the implementation and divulgation of social responsibility by the company, most of which is due to legal or strategic factors evidencing that the practice and divulgation of social responsibility by companies Is justified by the search of benefits or processes of Exchange - An attitude socially responsible for an economic or legal benefit.

Keywords: Social responsibility; organization; Stakeholders, strategy.

Índice de Tabelas

Tabela 1- Área da RS para critério de exclusão dos artigos	22
Tabela 2- Dados da pesquisa do período de 2001 a Maio/2017	23
Tabela 3 - Frequência das 20 principais palavras-chaves da Nuvem de palavras.....	27
Tabela 4 - Dados sobre os artigos analisados sobre RS no âmbito corporativo e empresarial	39

Índice de figuras

Figura 1 - Quantidade de artigos publicados por ano.	24
Figura 2 - Quantidade de artigos por ambiente de publicação.	25
Figura 3 - Nuvem de palavras mais recorrentes nos artigos.	26
Figura 4 - Rede de interação dos artigos com os tópicos das áreas da RS.	28

SUMÁRIO

Índice de Tabelas	7
Índice de figuras	8
Introdução	10
1.1 Problema e Hipótese	11
1.2 OBJETIVOS	11
1.2.1 Objetivo Geral	11
1.2.2 Objetivos Específicos	11
1.3 JUSTIFICATIVA	12
2. Responsabilidade social no âmbito corporativo e empresarial.....	13
2.1 Responsabilidade social corporativa e empresarial e sua relação com <i>stakeholders</i>	15
2.2 Fatores motivacionais na implantação da responsabilidade social.....	17
2.3 Responsabilidade social diferentes perspectivas sobre a prática empresarial	18
3 Metodologia de Pesquisa	20
3.1. Fontes primárias.....	21
3.2. Critérios de inclusão e exclusão	21
3.3. Critérios de qualificação	22
3.4. Método e ferramentas	23
4 Apresentação e análise dos resultados	24
4.1. Dados gerais dos artigos	24
Considerações Finais	29
Referencial Bibliográfico.....	31
Anexo A	39

Introdução

O cenário empresarial é afetado diretamente pela globalização, economia capitalista, tecnologias em constante inovação, dentre outros fatores, nos quais se observa um aumento considerável nas necessidades sociais, fazendo com que as organizações privadas ocupem um papel, muitas vezes, complementar ao do Estado que já não consegue atender toda a demanda social, sendo que o “papel das organizações na construção de uma sociedade mais sustentável e igualitária é inquestionável” (OMETTO; BULGACOV; MAY, 2015, p.2).

As práticas da responsabilidade social ocorrem quando empresas, voluntariamente, adotam posturas, comportamentos e ações que têm como objetivo promover o bem-estar do seu público interno e externo, em que as empresas são intituladas ‘sociais’ quando seus objetivos não são voltados exclusivamente para a maximização do lucro para os acionistas ou proprietários, mas sim em grande parte a ações sociais (DUQUE, 2007). Entretanto, muitas das vezes, ocorre um conflito quanto ao investimento social e aos interesses do modelo capitalista adotado pela governança corporativa (RAMÍREZ; LÓPEZ; LÓPEZ, 2014), havendo a necessidade de encontrar o equilíbrio entre a prática social e a atividade econômica.

A implantação e divulgação de responsabilidade social pelas organizações privadas ocorrem por diversas razões, sendo que, inúmeras vezes, a organização necessita adotar práticas sustentáveis para garantir a sua sobrevivência ocorrendo, ainda, uma análise dos impactos das atividades realizadas em relação a questões econômicas, sociais e ambientais e os efeitos dessas práticas sobre o lucro (BASSETTO.I.L, 2010), sendo a Responsabilidade Social (RS) considerada como uma importante ferramenta para o fortalecimento de marcas e, também, da imagem interna e externa da organização (ANDRADE; GOSLING; JORDÃO, 2013).

Em sua pesquisa, MIRANDA; CANTALLOPS (2013) identificaram seis tipos de empresas, de acordo com suas práticas de Responsabilidade Social Empresarial (RSE): 1) *inativa*, que não realiza nenhuma prática de RSE; 2) *filantrópica reativa*, que realiza atividades filantrópicas isoladamente; 3) *reativa*, que executa as práticas para manter a conformidade legal; 4) *ativa*, que executa as práticas mesmo que não exigido por lei; 5) *proativa*, que implanta a RSE e as estratégias de negócio; e, 6) *líder*, que se envolve no desenvolvimento da sociedade. Desta forma, este trabalho tem como objetivo realizar uma revisão sistemática da literatura no âmbito da responsabilidade social e empresarial, com foco nos fatores que influenciam as organizações privadas a praticar e divulgar a responsabilidade social.

1.1 Problema e Hipótese

O trabalho pretendeu realizar um estudo da Responsabilidade Social nas organizações privadas partindo da seguinte questão:

- *Por meio da revisão sistemática da literatura quais os fatores de interesse que influenciam a implantação da Responsabilidade Social nas organizações privadas?*

Ao implantar e divulgar a Responsabilidade Social, a organização desenvolve interna e externamente um marketing positivo, o que além de possibilitar a aquisição de certificados de qualidade, gera um aumento do interesse dos *stakeholders* pela organização, neste ponto se observa a Responsabilidade social como uma ferramenta estratégica para legitimação e competitividade empresarial.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Identificar, por meio de revisão sistemática da literatura apresentada na biblioteca virtual *Scientific Electronic Library Online (SciELO)*, os fatores que têm influenciado a implantação e divulgação da Responsabilidade Social nas organizações privadas.

1.2.2 Objetivos Específicos

- a. Interpretar a forma pela qual é avaliada e divulgada a Responsabilidade Social nas organizações privadas;
- b. Levantar os impactos da prática da Responsabilidade Social sobre os *stakeholders*;
- c. Analisar qual a visão dos autores em relação os fatores que influenciam a adesão de práticas socialmente responsáveis por organizações privadas.

1.3 JUSTIFICATIVA

Este trabalho se apresenta como uma importante contribuição para o entendimento da responsabilidade social no âmbito corporativo e empresarial, pois retrata o papel social das organizações e os seus objetivos sobre as práticas sociais. Este tema é de grande relevância para área de gestão empresarial, uma vez que, através desta análise, pode visualizar novas perspectivas sobre a responsabilidade social que não sejam somente aquelas diretamente ligadas a interesses meramente empresariais como as ferramentas competitivas, mas também, as relacionadas aos *stakeholders* para que compreendam a importância de cobrar atitudes socialmente responsáveis por parte das empresas. Quanto às instituições de ensino, pôde-se visualizar sua imprescindível contribuição através da disseminação do conhecimento e práticas de responsabilidade social para a formação de bons profissionais e cidadãos ativos e conscientes de seu papel na sociedade.

2. Responsabilidade social no âmbito corporativo e empresarial

A Responsabilidade Social (RS) representa a preocupação dos efeitos das atividades da empresa em relação às questões sociais, cujas práticas produzem impacto positivo na qualidade de vida e bem-estar de pessoas ou grupos interessados na organização, que afetam e são afetados pela empresa, sendo estes denominados *stakeholders* (ALMEIDA; SOBRAL, 2007), sendo a responsabilidade social um lema que se ajusta às interpretações sociopolíticas em vários espaços, nacionais e multilaterais (CAPELLIN; GIFFONI, 2007).

Uma empresa socialmente responsável tem como dever e princípio fornecer produtos e serviços de forma justa respeitando a dignidade humana (DUQUE, 2007) realizando, ainda, investimentos em ações sociais que auxiliam diversas instituições ligadas ao ensino, saúde, direitos humanos, dentre outras (FRANÇA; ZANETTI, 2011). De acordo com Nicolau, Simaens (2008) com a redução do papel do Estado perante suas obrigações para com a sociedade recai sobre as organizações da Economia Social o papel de responder à estas necessidades geradas.

Outro conceito relacionado à RS é a noção da razão Triple Bottom Line, tripé da sustentabilidade, tendo em vista que a responsabilidade social produz valor a partir de questões econômicas, sociais e ambientais em seu relacionamento com todas as partes interessadas (HOYOS, 2015) e (OCAMPO-LÓPEZ et al. , 2015), os empresários realizam investimentos em projetos sociais que acreditam ter capacidade de resolver problemas que atingem a sociedade atual (FRANÇA; ZANETTI, 2011) podendo “integrar, de maneira voluntária, as preocupações sociais e ambientais com suas atividades produtivas, em consonância com os princípios do desenvolvimento sustentável” (GARCIA; et al. , 2007, p.1).

A responsabilidade social no âmbito corporativo está ligada ao desenvolvimento sustentável (RAY, 2013). Desta forma, as operações da empresa não podem impactar negativamente a sociedade e o meio ambiente, tendo suas ações voltadas à estratégia da empresa (IRIGARAY; VERGARA; SANTOS, 2013) com o compromisso de cumprir seu propósito interno e externo de maneira consciente e firme (AGUILAR; HOWLET; DIEZ, 2016) utilizando estratégias de marketing em relação a divulgação da conformidade corporativa e busca pela legitimidade (VALERO; REYES, 2006), buscando por ganhos estratégicos em termos de imagem, competitividade e redução de custos (BARCELLOS; DELLAGNELO, 2013).

As empresas, por meio de ações de Responsabilidade Social Corporativa (RSC), vão muito além de apenas atender as expectativas da sociedade, tendo suas atividades envolvidas de forma direta, em ações de regulação e produção de bens públicos, o que traz um novo conceito politizado de RSC (RICO, 2004). O que, na maioria das vezes, ocorre pelos incentivos de parcerias entre o Estado, as organizações sociais e as empresas, trazendo benefícios de isenção e redução de encargos fiscais para a empresa (GIMÉNEZ; GÓMEZ; VILLEGAS, 2007).

A responsabilidade social no âmbito empresarial é a conexão entre as empresas e a situação socioeconômica (BOHÓRQUEZ; DELGADO, 2012), na qual “o desenvolvimento econômico e o sustentável devem complementar-se e são condições para o desenvolvimento humano e social, que devem promover justiça e maior nível de bem-estar social” (REIS, 2007, p. 22), podendo a contabilidade ser utilizada como uma ferramenta para a sociedade avaliar os efeitos da gestão da empresa no ambiente (DELGADO; BOHÓRQUEZ, 2011).

As informações sobre a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) permitem alinhamento das atividades e valores da empresa com as expectativas sociais, como ferramentas de legitimação para a sociedade apresentando uma imagem social positiva (GÓMEZ; SEMA, 2010) e (CONCEIÇÃO et al. , 2011), sendo que a RSE não se atribui de uma lógica e prática nova, cuja qual apenas reedita antigas práticas assistencialistas (SILVEIRA, 2010). Cuja relação entre a responsabilidade social empresarial e o Direito, demonstra a importância e o desafio nas políticas públicas de regulação empresarial (ZANETELLI, 2013) e (ORTIZ; BANDEIRA, 2015).

As teorias de RSE de acordo com Herrero, Alcañiz, Perez (2011) baseiam-se em dois critérios, lógica predominante por trás de cada estudo e da concepção do papel da instituição empresa na sociedade. As práticas de RSE segundo Solarte, Rodriguez, León (2013) e David, Garcia-Solarte (2014) respondem ao contexto de operação da empresa, com as características de seu processo de produção e as características dos seus stakeholders. Cuja imagem de empresa socialmente responsável não se constrói apenas pelos projetos de RS, mas por todos os fatos ocorridos no dia a dia do relacionamento entre empresa e sua comunidade (ANDRADE; GOSLING; JORDÃO, 2013).

A abordagem estratégica da RSE tem o intuito de produzir ferramentas de gestão, cuja função é melhorar o desempenho social e ético das empresas (FARIA; SAUERBRONN, 2008), impactando ainda na motivação de seus funcionários através de melhoria de condições de trabalho (METZNER; FISCHER; NOGUEIRA, 2008), (AVENDAÑO C, 2013) e (JESUS; BATISTA, 2014) , como implantação de políticas de diversidade e flexibilidade quanto à

escolha de horários e formas flexíveis de trabalho como parte de sua RSC (TRAPEREA; SÁNCHEZB; GRACIA, 2013). No qual é evidente o valor agregado pela gestão humana em RSE (HERNÁNDEZ; GIRALGO; VALENCIA, 2011) e (RIOS, 2013).

Entretanto conforme observado por Reis (2007 p. 16) “um dos grandes desafios das empresas na área social é justamente incorporar a responsabilidade para além do discurso e inseri-la no planejamento e no orçamento das ações da empresa”, alinhando os investimentos sociais com as estratégias de negócios e a mudança necessária para o alcance da responsabilidade social (COUTINHO; MACEDO-SOARES, 2002), além de existir imprecisões e dúvidas em relação ao significado da RS (LOMÔNACO et al. , 2012) que acaba que não delimitando os atos que realmente pertencem à esfera da RSE (CASTRILLÓN; CÓRDOBA, 2014).

2.1 Responsabilidade social corporativa e empresarial e sua relação com *stakeholders*

Em um ambiente no qual o atual contexto da globalização, traz a emergência do tema RS para além do discurso positivista tradicional, buscando a compreensão da sua introdução deste setor na necessidade de diminuir os problemas sociais da atualidade (DOMINGOS, 2007), se faz necessária uma atitude que vá além de atividades geradoras de riqueza individual, valorizando o equilíbrio dos interesses empresariais com os de seu ambiente, reconhecendo e trabalhando no campo das relações com os seus *stakeholders* (GONZÁLEZ; MARIN; SEGURA, 2014) e (SAUERBRONN; SAUERBRONN, 2011).

Utilizando-se a RSC como ferramenta estratégica de construção de imagem, de forma que a organização realize a divulgação do seu sucesso, bem como ações eticamente e socialmente responsáveis aos *stakeholders* (MENDONÇA; GONÇALVES, 2004) e (GÓMEZL; BERLANGO, 2013). Quanto a gestão dos *stakeholders*, Pessoa, Benevides, Nascimento (2006) observam em seu estudo que as pequenas empresas têm as relações com os clientes a área mais importante da responsabilidade social.

Conforme Serpa, Foumeau (2007) a falta de informação sobre a RSC tem como consequência o desenvolvimento de desconfiança relacionada as atitudes das empresas nesta área. Sendo identificado por Irigaray, Vergara, Araujo (2017) quatro categorias quanto ao entendimento da RSC: Entendimento Amplo do conceito de RSC sendo mais abrangente e completo; Entendimento Restrito sendo menos abrangente ou ainda que se limitam a cumprir obrigações legais e Entendimento Confuso que se entende através de múltiplos sentidos.

Desta forma, gestores de topo e capitalistas têm sua atenção atraída para a RSC, através da percepção de que se tornavam mais atrativos aos *stakeholders*, além de influenciar nos lucros, na imagem positiva da empresa e, ainda, em sua sustentabilidade (MORENO, 2011), buscando vantagens competitivas sustentáveis através da implantação de políticas de RSE em suas atividades, utilizando-a como ferramenta para a criação de valor (MADORRAN; GARCIA, 2016) e (MÉNDEZ-BELTRÁN; PERALTA-BORRAY, 2014), tendo em vista que a implantação de políticas socialmente responsáveis “fornecem aos investidores um bom indicador de uma gestão sã, tanto a nível interno como externo” (MARQUES; TEIXEIRA, 2008, p.4).

Enquanto por um lado, visualizam-se as empresas cada vez mais empenhadas em obter a legitimidade perante a sociedade, por outro lado, se verifica o interesse da sociedade em saber se as empresas estão realmente praticando a responsabilidade social (ÁLVAREZ; FORMIGONI; ANTUNES, 2014), buscando identificar as diferenças entre o que a empresa prega e o que se pratica (SOARES, 2004), tendo em vista ainda que nem todas as empresas que se intitulam socialmente responsável demonstram documentos da dimensão financeira de seu empenho nesse sentido (FILHO, 2008).

Observa-se quanto a divulgação de informações e ações sociais segundo Oliveira et al. (2009) que através do crescente reconhecimento da RS, relatórios sociais e relatórios de sustentabilidade tem ganhado importância, sendo apresentados desenvolvimentos e tendências de gestão e dos relatórios de responsabilidade social corporativa (GÓMEZ-VILLEGAS; QUINTANILLA, 2012), havendo casos em que a empresa não está respondendo aos modelos de indicadores que se retrata ou informações divulgadas (OROZCO; BARON, 2012).

Ocorrendo prestação de contas, onde todos têm de responder por suas ações, ou por doador ou receptor, em termos de números e quantidades (MORICEAU; GUERILLOT, 2012). Podendo estas informações influenciar no comportamento de compra de consumidores socialmente responsáveis que possuem interesse de receber informações e adquirir conhecimento sobre as práticas de responsabilidade social corporativa (TRAPERO; LOZADO; GARCIA, 2010).

A atividade de comunicação tem capacidade de gerar uma motivação racional distinta de um simples efeito de influência em relação a quem ela se dirige (PESQUEUX; VASCONCELOS, 2013) trazendo transparência possibilitando a construção da confiança; a responsabilidade; a busca do crescimento; a inclusão das partes interessadas, entre outros (QUINCHE-MARTIN, 2014).

Podendo ocorrer baixo índice de divulgação de questões sociais, como é o caso da imprensa colombiana estudado por Pinzón-Rios, Ocampo-Villega, Gutiérrez-Coba (2015) apresentando-se duas explicações, para a primeira é que os meios de comunicação têm pouco interesse na geração de artigos sobre diferentes aspectos da economia e negócios da empresa; a segunda é que as empresas não geram tantas notícias sobre a RSE e, portanto, a mídia ou pesquisadores não consegue cobri-los.

2.2 Fatores motivacionais na implantação da responsabilidade social

As empresas apresentam vários motivos para a implantação da RSE, de tal forma que o conhecimento do significado de RSE varia de forma significativa entre países, dependendo das circunstâncias apresentadas pelas empresas e os locais onde estão inseridas (PEREIRA; et al. , 2010) fazendo uso de elementos que determinem o comportamento socialmente responsável (IZQUIERDO; GRAÑANA, 2007) conforme estudo realizado por Pena et al. (2007) e Freguete, Nossa, Funchal (2015) perante o público interno a RSE tende a ser uma estratégia em busca da obtenção de resultados econômicos e redução de riscos durante períodos de crise tendo a utilidade de ferramenta de suporte à decisão das empresas.

Sendo possível segundo Bassetto (2010) visualizar o esforço para o atendimento de normas e padrões, para que a organização seja considerada dentro do conceito de empresa de RSE, apesar de não se perceber compensação econômica suficiente para compensar o impacto negativo do aumento dos custos com financiamento de trabalhos sociais (GARCIA; MARTÍNEZ-CAMPILLO; MABELLA-SÁNCHEZ, 2010). No qual se o sistema não é socialmente sustentável, o sistema econômico não será viável (GARCIA-de-MADARIAGA; RODRIGUEZ-de-REVERA-CREMADES, 2010).

Em sua pesquisa, Pereira et al. (2010) demonstram, através dos resultados obtidos que metade das empresas analisadas apresentam os princípios motivadores de sua aproximação com a RSE, como uma associação, cuja orientação ocorre por valores e pelos *stakeholders*. Segundo Ometto, Bulgacov, May (2015), as experiências que levam os estrategistas a trabalhar na área de responsabilidade social, ou ainda, que os auxiliam no trabalho, são ligadas a valores pessoais, situações e pessoas no ambiente de convívio que trouxeram sensibilidade ao praticante quanto ao tema RS.

De acordo com Almeida, Sobral (2007) e Nakayama, Teixeira (2012), as decisões e critérios sobre questões relacionadas à RSE, dependem fortemente de valores, crenças e

critérios morais pertencentes ao responsável por essa decisão, podendo ainda estes fatores sobrepor-se aos critérios exclusivamente econômicos ou estratégicos. Cujas diferenças de percepção da responsabilidade social da organização, está relacionada a diferentes fatores como escolaridade, sexo, classe de idade, dentre outros (GASALHO; PITEIRA, 2015).

Observa-se que a implementação e prática da RS são motivadas por interesses diversos por parte das empresas. Salazar, Rubén, (2011), em sua pesquisa, constatou que 46,2% das empresas analisadas do setor alimentício acreditam que o comportamento socialmente responsável é parte de uma estratégia de marketing que auxilia nas relações públicas e não como um comportamento autêntico ou que tenha intenção de apoiar as suas partes interessadas.

Segundo RICO (2004), o investimento na área social se refere a uma ferramenta estratégica, cujas empresas socialmente responsáveis se beneficiam através de diferenciais competitivos, podendo ainda, gerar motivação dos funcionários e atrair investidores dispostos a contribuir com a causa social. Uma vez que a importância dada a relação de empresa com empregados é um fator influente na avaliação dos consumidores (FERRE et al., 2011).

Sendo que a comunicação da responsabilidade social, segundo Fernández, Boga, Faria (2013) pode tornar-se ferramenta fundamental de sucesso, possibilitando que o ambiente externo contribua com a organização, servindo ainda como modelo de atuação de empresa socialmente responsável a ser seguido por outras organizações.

2.3 Responsabilidade social diferentes perspectivas sobre a prática empresarial

Quanto à motivação da divulgação de informações sociais e sustentáveis (GÓMEZ; SEMA; 2010) se referem a um instrumento utilizado pelas empresas para a busca da legitimação comportamental perante um ambiente com pressão social e política, onde a empresa se utiliza de ações de caráter social para ampliar seu poder atrair e reter profissionais (SCHROEDER; SCHROEDER, 2004) e (COHEN et al., 2017), através da adoção de estratégias de responsabilidade social (AGUILAR-PLATOS; RAUFFLET, 2010).

Haja vista que as maiores intenções do capital continuam sendo lucro e acumulação (MENEZES, 2010), cujo objetivo das organizações não são o impacto de ações sociais em si, mas sim a sustentabilidade destas em cenários econômicos diversos na busca de um retorno para a organização (CARVALHO; MEDEIROS, 2013).

Sob o ponto de vista de (RAMÍREZ; LÓPEZ; LÓPEZ, 2014), a RSE é vista como um elemento de marketing social cujo impacto é significativo sobre os hábitos de consumo. Em

seu estudo (FELDMANA; REFICCOB, 2015) demonstraram que os consumidores estão dispostos a pagar um valor maior em produtos que possuem atributos ligados à responsabilidade social corporativa.

Existem motivações quanto à aplicabilidade da RS ligadas às dificuldades sociais, como é o caso de áreas de conflitos, como exposto por Peña (2014) onde a ação social não é explicada pela sua maior ou menor exposição ao conflito, mas sim em relação ao lugar de origem da empresa que normalmente são colombianas e aderiram aos princípios do Pacto Global e construção da paz.

Na visão de (RODRIGUEZ et al. , 2016), a RSC é vista como uma preocupação com os efeitos nocivos da pobreza urbana, como é o caso da desnutrição infantil. É neste panorama que entram os projetos sociais realizados pelas empresas em conjunto com as instituições sociais e o Estado. Em sua pesquisa Muñoz (2015) retrata a importância dos projetos que unem esforços para o avanço do processo de desenvolvimento do país. Em uma iniciativa não tão abrangente se observa no caso estudado por Ekhaton (2014), acerca da empresa Addax Petroleum que tem como um dos objetivos de seu programa de aquisição de competências, eliminar a pobreza em suas comunidades na Nigéria.

Em relação ao meio ambiente, também são observados três fatores que chamaram a atenção quanto à motivação de práticas socialmente responsáveis. No primeiro caso, relacionado à dependência do meio ambiente para o sucesso do negócio, exposto no estudo realizado por Contreiras, Machado, Duarte (2016), em que se retrata ao parque temático Zoomarine Algarve que, devido ao fato de serem fornecedores de serviços turísticos, têm a necessidade e obrigação de desenvolverem atividades que respeitam o ambiente, segundo Miranda, Cantalops (2013) condutas de responsabilidade social das quais não são colocadas em prática devido a leis.

Quanto ao segundo fato, no estudo do Grupo ‘Nova América’, realizado por Vergara, Silva, Gomes (2004) apresentam uma visão sobre ações sociais desenvolvidas através de um princípio pessoal da ética, no qual o entendimento da ótica ambiental, exposta por um dos entrevistados, retrata o respeito pela natureza que é provedora de tudo para todos, ocorrendo um benefício desta postura em sua relação com stakeholders (MESA; ANDRÉS, 2014).

Por terceiro e último fator motivador, observou-se a prática da RS baseada em minimização de impactos negativos causados pelas atividades empresariais e seu delicado relacionamento com as comunidades e com as partes interessadas diversas (LIMA; GAVARD, 2013). Em que Bragato et al. (2008) se referem à busca pela legitimação social como necessidade de reestabelecimento de uma imagem positiva das empresas.

3 Metodologia de Pesquisa

O método monográfico se trata de um processo de pesquisa que propõe analisar o tema sugerido de modo a observar todos os fatores que o influenciam, analisando-o em todos os seus aspectos (PRODANOV & FREITAS, 2013). Este trabalho é desenvolvido através de uma revisão sistemática da literatura que “responde a uma pergunta específica e que utiliza métodos explícitos e sistemáticos para identificar, selecionar e avaliar criticamente os estudos, e para coletar e analisar os dados destes estudos incluídos na revisão”, (CASTRO, A.A, 2001, p.1) contribuindo de maneira fundamental para a identificação das principais contribuições científicas para um campo ou questão (TRANFIELD; DENYER; SMART, 2003).

A revisão da literatura “consiste em uma síntese, a mais completa possível, referente ao trabalho e aos dados pertinentes ao tema, dentro de uma sequência lógica” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p.247). Por meio da revisão se “reporta e avalia o conhecimento produzido em pesquisas prévias, destacando conceitos, procedimentos, resultados, discussões e conclusões relevantes para seu trabalho” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p.79).

“Na observação sistemática, o observador sabe o que procura e o que carece de importância em determinada situação; deve ser objetivo, reconhecer possíveis erros e eliminar sua influência sobre o que vê ou recolhe” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p.192). Desta forma, foram realizadas cinco etapas, para execução desta revisão, descritas a seguir, 1) definição do problema e formulação dos objetivos; 2) escolha da base de pesquisa; 3) formulação de critérios de inclusão e exclusão dos artigos quanto ao grau de importância e ligação com o tema RS; 4) levantamentos de dados quantitativos e formulação de tabelas e figuras quanto às informações dos artigos selecionados; e, 5) apresentação e análise dos resultados.

Foram utilizados dois *softwares* que auxiliaram na geração de informações dos artigos pesquisados: o Ucinet para Windows: *software* para análise de rede social que possibilitou a visualização da interação dos artigos com as áreas da Responsabilidade Social apresentadas na tabela 1 que possibilita analisar os assuntos e o foco dos artigos para sua elaboração; e, o NVivo *software* que suporta métodos qualitativos e variados de pesquisa utilizado para criar uma nuvem de palavras através do reconhecimento da frequência de palavras-chaves utilizadas nos artigos analisados, sendo estas demonstradas em tamanho maior que as demais.

3.1. Fontes primárias

A seleção dos periódicos foi realizada na base do portal *Scientific Electronic Library Online - SciELO* que se trata de uma biblioteca eletrônica. Iniciou-se por meio da palavra-chave presente no título: Responsabilidade Social. Foram inclusos filtros e, dessa forma, os periódicos foram selecionados otimizando o seu conteúdo relacionado ao tema em estudo.

3.2. Critérios de inclusão e exclusão

Foram realizados três filtros de inclusão e exclusão de periódicos que podem ser observados na tabela 2, sendo que os dois primeiros foram aplicados automaticamente na própria base de dados *Scielo* e, o terceiro, foi realizado através de análise criteriosa do conteúdo bibliográfico. No primeiro filtro, na etapa de busca do assunto de pesquisa, foi estipulado o primeiro critério de exclusão através das palavras presentes nos títulos dos periódicos (*AND NOT* ambientalmente + *AND NOT* ambiental), sendo encontrados nesta primeira busca realizada no período de 2001 até Maio/2017, o total de 195 periódicos como resultado parcial 1.

Considerou-se na segunda filtragem para o refinamento da pesquisa, dois critérios de inclusão: 1) tipo de literatura: somente artigos; 2) período de publicação entre: 2001-2017, o que resultou em uma análise bibliométrica apresentada pela definição de 162 artigos como resultado parcial 2; por fim, no terceiro filtro, foi aplicado o critério de exclusão através da identificação dos artigos por tópicos, dentro da área da responsabilidade social, formulada através de uma leitura criteriosa dos 162 artigos. Estabeleceu-se sete áreas dentro do âmbito da responsabilidade social conforme tabela 1, ocorrendo a identificação de artigos na área da RS.

Cuja as mesmas foram identificadas como 1) empresa – nos quais são estudados os fatores motivadores das práticas sociais, os impactos destas ações sobre os *stakeholders* e, ainda, a importância da responsabilidade social no ramo empresarial; 2) educação - retrata a importância do papel dos educadores quanto à formação de profissionais cidadãos socialmente responsáveis, tratando-se em alguns artigos, sobre a ética na publicação de artigos científicos; 3) sociedade - tratando de assuntos relacionados à personalidade individual, à cultura, ambiente de vivência, valores individuais.

Seguidos de 4) marketing - retratando a informatização da responsabilidade social quanto à sua importância, às maneiras de divulgação e critérios de avaliação; 5) governo - apresenta questões políticas voltadas à ética, às leis, regulamentos e modelos de governo; 6)

saúde - expõem situações de inclusão social voltadas a indivíduos que não têm acesso à saúde e projetos realizados para maior alcance sobre os indivíduos excluídos, promovendo a igualdade social; 7) meio ambiente - retrata a proteção da natureza e do desenvolvimento de atitudes que possibilitem o desenvolvimento sustentável.

O critério utilizado para exclusão de 71 artigos foi referente àqueles que não estavam relacionados à área de empresa que é a base do estudo que contabilizou, desta forma, como resultado final, um total de 91 artigos considerados para pesquisa.

Tabela 1- Área da RS para critério de exclusão dos artigos		
Tópicos	Quantidade	Porcentagem
Empresas	91	56,17%
Educação	29	17,90%
Sociedade	16	9,88%
Marketing	7	4,32%
Governo	7	4,32%
Saúde	6	3,70%
Meio Ambiente	6	3,70%
Total	162	100,00%

Fonte: *Scientific Electronic Library Online - SciELO* Autor: AMARAL, (2017)

3.3. Critérios de qualificação

O critério de qualificação aplicada aos artigos foi baseado no grau de alcance do conteúdo publicado em relação ao tema Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e Responsabilidade Social Empresarial (RSE) que são o foco do estudo. Os artigos analisados e selecionados possuem representatividade necessária para a realização de uma revisão sistemática da literatura relacionada ao conteúdo da RS sobre o ambiente interno e externo à organização privada, possibilitando o alcance dos objetivos propostos no trabalho, tendo em vista ainda que, os artigos selecionados abordam as diversas áreas estipuladas na tabela 1, o que traz uma amplitude ao estudo dentro de uma única área, a empresa.

Tabela 2- Dados da pesquisa do período de 2001 a Maio/2017							
Base de dados	Palavras-chaves	Filtro 1	Resultado Parcial 1	Filtro 2	Resultado Parcial 2	Filtro 3	Resultado final
SciELO - Scientific Electronic Library Online	(ti: (responsabilidade social))	NOT (ti:(ambiental)) NOT (ti:(ambientalmente))	195	AND year_cluster:("2011" OR "2013" OR "2015" OR "2012" OR "2014" OR "2010" OR "2007" OR "2008" OR "2009" OR "2016" OR "2017" OR "2006" OR "2004" OR "2003" OR "2002") AND type:("research-article")	162	Análise criteriosa do conteúdo bibliográfico, excluindo 71 artigos não ligados à área de empresa.	91

Fonte: *Scientific Electronic Library Online – SciELO*. Autor: AMARAL, (2017)

3.4. Método e ferramentas

Foram aplicados filtros automáticos na página *Scielo* e uma análise criteriosa dos artigos, processo este que resultou na obtenção de 91 artigos, conforme demonstrado na tabela 2. Após este processo de seleção, foi realizada uma apresentação dos artigos podendo ser visualizada na tabela 4, no Anexo A do trabalho, no qual foram utilizadas as seguintes informações:

- Autores;
- Ano de publicação;
- Ambiente de publicação;
- País de publicação;
- Instituições às quais pertencem os autores;
- Cooperação entre diferentes instituições.

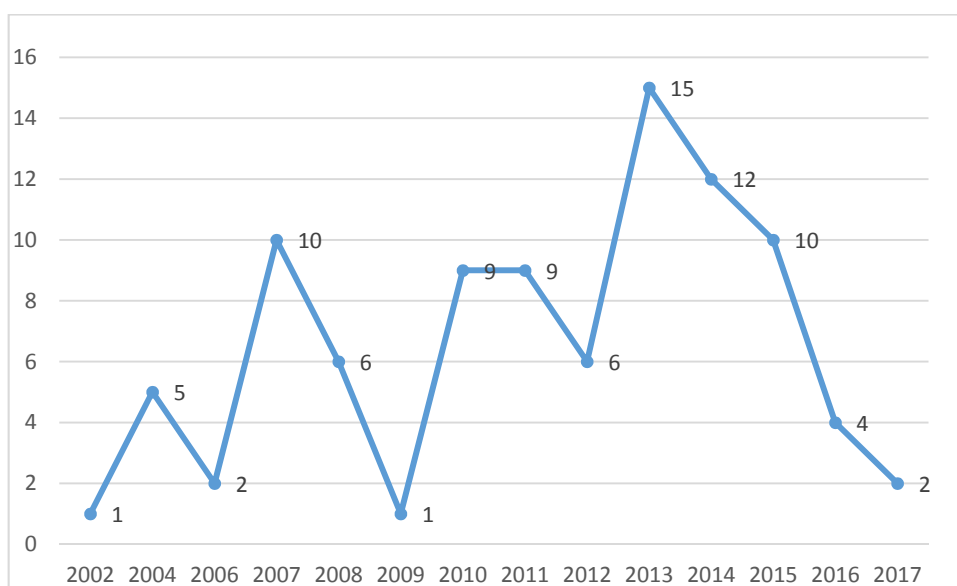
4 Apresentação e análise dos resultados

Nesta parte do trabalho foram apresentados os dados obtidos através dos artigos selecionados e uma discussão sobre o assunto Responsabilidade Social no âmbito corporativo e empresarial.

4.1. Dados gerais dos artigos

A quantidade de artigos selecionados na base *Scientific Electronic Library Online - SciELO* para estudo foi de 91, os quais apresentam conhecimentos diversos sobre o tema da responsabilidade social em seu âmbito corporativo e empresarial. As publicações realizadas foram verificadas em diversos países, durante o período analisado de 2001 até Maio/2017, observando-se que a maior quantidade de publicações ocorreu nos anos de 2013 a 2015, conforme apresentado na Figura 1. Na base *Scientific Electronic Library Online - SciELO* que possui coleções de periódicos da África do Sul, Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Espanha, México, Peru, Portugal, Uruguai, Venezuela e em desenvolvimento o Paraguai. Foram identificados, no período de pesquisa estipulado os seguintes números de publicações por país: 45 no Brasil representando 48,91%; 36 na Colômbia representando 38,13%; 08 em Portugal representando 8,70%; 01 no Chile; 01 no México; e, 01 na Venezuela, sendo que estes três últimos representados cada um por 1,09% no número de artigos publicados.

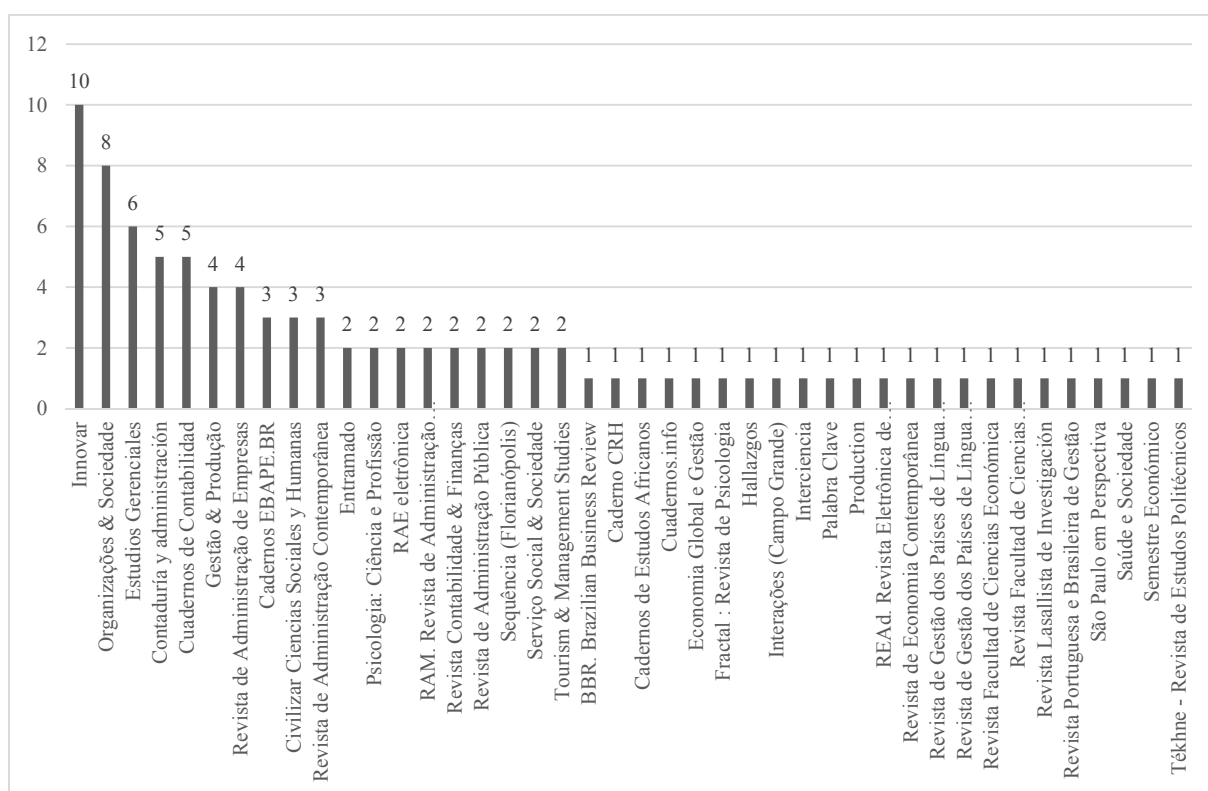
Figura 1 - Quantidade de artigos publicados por ano.



Fonte: *Scientific Electronic Library Online - SciELO* Autor: AMARAL, (2017)

Foi verificada uma quantidade de 42 ambientes de publicação, sendo observadas diferentes quantidades de artigos publicados, conforme figura 2, sendo os três primeiros ambientes com maior número de publicações realizadas: 1) Revista *Innovar* com 10 artigos; 2) Revista *Organizações & Sociedade* com 08 artigos; e, 3) Revista *Estudios Gerenciales* com 06 artigos.

Figura 2 - Quantidade de artigos por ambiente de publicação.



Fonte: *Scientific Electronic Library Online - SciELO* Autor: AMARAL, (2017)

Com base nas palavras-chaves dos 91 artigos da revisão sistemática, foi elaborada uma nuvem com as palavras mais recorrentes, conforme figura 3. Foram selecionados apenas os artigos com foco em Responsabilidade Corporativa e Empresarial.

As palavras mais frequentes nos artigos foram: (social, sociales, responsabilidad, responsabilidade, empresarial, corporativa, empresa, empresas, corporate, responsable, responsibility, gestión, sector, contabilidad, estratégica, estratégicas, humano, humanos, organizacional, organizaciones, stakeholder, stakeholders, valor, valores, dimensión, humana, práctica, prácticas, racionalidad, racionalidade, recursos). Houve uma predominância das palavras relacionadas com a área Responsabilidade Social Empresarial.

Figura 3 - Nuvem de palavras mais recorrentes nos artigos.



Fonte: *Scientific Electronic Library Online - SciELO* Autor: AMARAL, (2017)

O tamanho da palavra da nuvem acima está relacionado à frequência com que ela aparece nos artigos, conforme tabela 3. Assim, as palavras maiores são mais recorrentes nos 91 artigos analisados da base *Scientific Electronic Library Online - SciELO*.

A Tabela 3 apresenta as 20 palavras com maior frequência na nuvem. As palavras-chaves (social, responsabilidade, empresarial e corporativa) obtiveram um maior número, totalizando 237 palavras, representando 30,04% do percentual ponderado, trazendo uma mensuração do conteúdo e do foco de pesquisa dos artigos analisados, antes mesmo de realizar a sua leitura.

Tabela 3 - Frequência das 20 principais palavras-chaves da Nuvem de palavras.

Palavra	Extensão	Contagem	Percentual ponderado (%)
Social	6	110	13,60
Responsabilidade	15	83	10,26
empresarial	11	33	4,08
corporativa	11	17	2,10
empresas	8	11	1,36
corporate	9	10	1,24
responsibility	14	10	1,24
gestión	7	8	0,99
sector	6	6	0,74
contabilidad	12	5	0,62
estratégica	11	5	0,62
humanos	7	5	0,62
organizacional	14	5	0,62
stakeholders	12	5	0,62
Valor	5	5	0,62
dimensión	9	4	0,49
humana	6	4	0,49
práctica	8	4	0,49
racionalidade	13	4	0,49
recursos	8	4	0,49

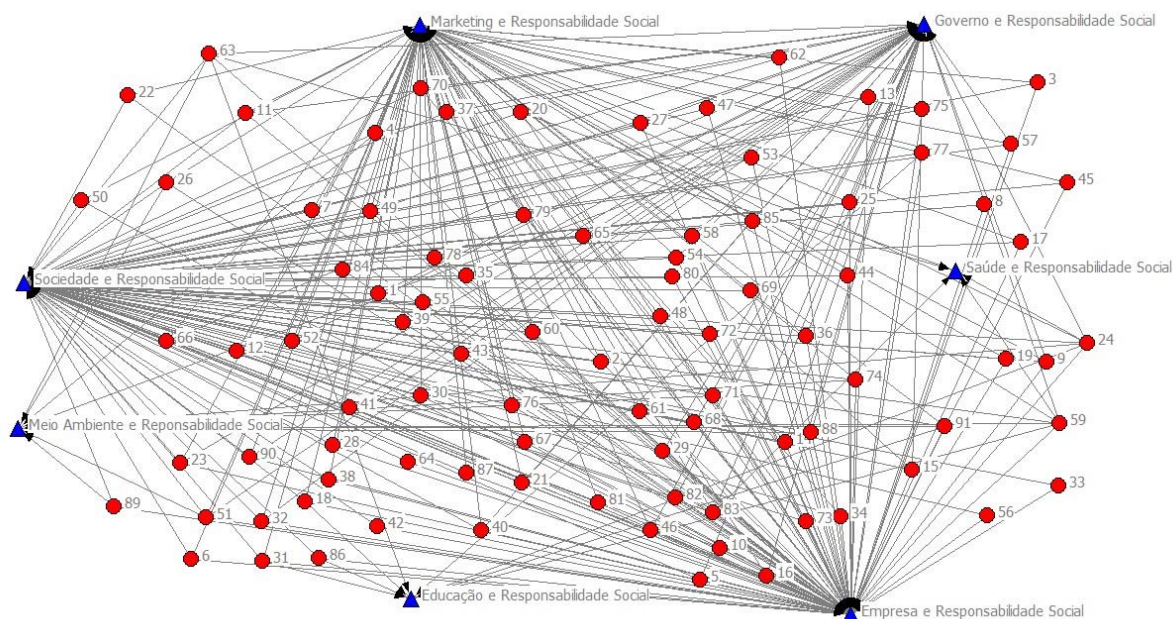
Fonte: *Scientific Electronic Library Online - SciELO* Autor: AMARAL.

Através da Teoria de Redes, gerada pelo *software* Ucinet, foi possível realizar uma identificação da relação dos artigos da tabela 4, no Anexo A do trabalho, com os tópicos identificados na tabela 1, formando redes de relacionamento através da interação dos artigos com as áreas da RS apresentadas na figura 4.

No qual através da rede foram identificadas quanto aos assuntos dos artigos analisados na base *Scientific Electronic Library Online – SciELO*, conforme figura 4, que as áreas (triângulo em azul) que tem maior relação com os artigos (bolinhas em vermelho) são: empresa e responsabilidade social; sociedade e responsabilidade social; marketing e responsabilidade social; governo e responsabilidade social.

No qual foram identificados as seguintes quantidades e porcentagens de ligação da RS às áreas de estudo, 08 artigos têm relação com a área da educação; 8,79% dos artigos, 91 têm relação com a área empresa; 100% dos artigos, 38 têm relação com a área governo; 41,76% dos artigos, 63 têm relação com a área marketing; 69,23% dos artigos, 12 têm relação com a área meio ambiente; 13,19% dos artigos, 05 têm relação com a área saúde; 5,49% dos artigos, 91 têm relação com a sociedade; 100% dos artigos, sendo que foram identificados 02 artigos que possuem interação com todas as áreas.

Figura 4 - Rede de interação dos artigos com os tópicos das áreas da RS.



Fonte: *Scientific Electronic Library Online - SciELO* Autor: AMARAL,

Foi observada, através da análise bibliométrica, uma grande quantidade de artigos publicados sobre o tema da RS envolvendo a RSC e RSE, que contribuem de forma ampla com o conhecimento deste assunto. Entretanto, foram observados de acordo com os artigos estudados neste trabalho através da base *Scientific Electronic Library Online - SciELO* três índices preocupantes: 1) conforme figura 1, foi exposto um baixo número de publicações presentes em determinados países, o que pode indicar falta de interesse ou de conhecimento sobre este assunto, baixa disponibilidade de espaço concedido por veículos de mídia quanto a RS e, ainda, a falta de abertura ou interesse por parte das empresas na divulgação destas informações; 2) na figura 1, visualiza-se ainda, uma variabilidade do número de artigos publicados por ano, o que demonstra a ocorrência de declínio de publicações nos últimos anos, que pode estar ligado a uma perda de interesse sobre o assunto ou falta de incentivo para estudos nesta área; 3) observou-se, também, uma baixa cooperação entre instituições diferentes como pode ser observado na tabela 4, no Anexo A do trabalho, sendo o total de 22 cooperações que correspondem a 23,91% dos artigos pesquisados, o que pode significar uma falta de abertura à formação de parcerias e interação com outras instituições.

Considerações Finais

Este trabalho traz o conhecimento de quanto o assunto Responsabilidade Social tem despertado a atenção das empresas. O que antes se considerava quase que exclusivamente uma obrigação do Estado, hoje, em um ambiente globalizado cuja capitalização tem grande influência, observa-se um papel social acompanhado de obrigações e deveres por parte das organizações privadas, além das pressões de leis impostas, junto a uma preocupação com as exigências dos consumidores que estão cada vez mais atentos às atitudes empresariais, aos impactos de suas atividades e às ações sociais sobre a comunidade.

Constatando ainda, o cuidado que se deve ter com o marketing das práticas sociais, que pode aumentar a demanda por produtos e serviços ofertados, garantir a legitimidade da empresa, servir como modelo para que outras organizações apliquem em sua gestão a RS, como também pode destruir a imagem de uma empresa quando não divulgada corretamente ou com informações distorcidas.

Conclui-se, também, a partir do conhecimento obtido através da análise dos artigos da base *Scientific Electronic Library Online - SciELO*, a existência de uma visão diversificada sobre a aplicabilidade da responsabilidade social sobre o âmbito corporativo e empresarial, no qual, de acordo com a percepção adquirida, os fatores motivadores da prática e divulgação da RS.

Onde pude observar de acordo com as leituras e análise dos conteúdos presentes no artigo por ordem crescente de importância, as motivações da prática da RS nas organizações privadas de acordo com a pesquisa dos autores estudados: 1) cumprimento de normas e exigências impostas por lei, buscando por certificações de qualidade, incentivos fiscais ou alcançar a legitimidade; 2) como ferramenta estratégica competitiva, utilizada para influenciar o comportamento e a visão da empresa pelos *stakeholders*.

Seguidos por 3) busca minimizar os efeitos negativos causados à imagem da empresa em consequência de suas atividades prejudiciais, como é o caso das usinas de açúcar e álcool, cujo impacto é ambiental e, o caso das indústrias de tabaco, impactando nocivamente sobre a saúde; 4) reduzir o índice de pobreza e exclusão social existente no ambiente em que a empresa está alocada, com o intuito de melhoria das condições financeiras e poder de compra; 5) auxiliar a população em ambientes de conflitos, com o intuito de reduzir a violência mantendo a paz; 6) servir de exemplo para a disseminação da implantação da Responsabilidade Social na gestão

de organizações que ainda não a aplicam; e, 7) cultura pessoal onde a prática e divulgação da responsabilidade social está presente nos valores da empresa.

Observa-se através da revisão sistemática dos 91 artigos da base *Scientific Electronic Library Online – SciELO*, que as empresas efetivam as práticas socialmente responsáveis por terem uma obrigação perante a lei, ou ainda, por pressão da sociedade e do ambiente que as cercam, demonstrando uma atitude de interesse onde se executa a ação social, porém se espera por um retorno que beneficie a empresa, econômica ou legitimamente. Necessário se faz que essas empresas demonstrem uma preocupação real com o sentido da Responsabilidade Social, onde possa ocorrer a adoção de posturas que promovam o bem-estar, agindo de forma sustentável e de maneira voluntária.

Houve dificuldades no decorrer do trabalho em relação à forma como os artigos apresentam os conceitos de RSC e RSE, onde, muitas vezes, são apresentados de forma confusa, visualizando ainda, em alguns casos, estas duas áreas da RS com um único significado. Compreende-se que a RSC se determina a cumprir os compromissos sociais no seu ambiente de negócio e no seu quadro de funcionários; enquanto a RSE se posiciona diretamente com as práticas e ações sociais relacionadas ao papel e impacto da organização perante os *stakeholders*.

Tendo como limitação uma única base de dados utilizada para pesquisa *Scientific Electronic Library Online - SciELO*. Para os próximos estudos seria importante realizar uma análise mais abrangente em diferentes bases de pesquisa, procurando identificar os fatores que influenciam a baixa quantidade de artigos publicados sobre RS, buscando desta forma, identificar os motivos precedentes a este número, podendo, assim, contribuir para a promoção, estudo e prática da responsabilidade.

Referencial Bibliográfico

- AGUIAR-PLATAS, A.; RAUFFLET, E. Desviación positiva y responsabilidad social empresarial (RSE). La experiencia de Ethos en Brasil. **Revista INNOVAR**, Montréal, v. 20, n. 37, p. 21-32, Mayo/ Agosto 2010.
- AGUILAR, A. L. S.; HOWLET, L. C. P.; DIEZ, M. D. C. G. Responsabilidad social empresarial en empresas chihuahuenses que obtuvieron el distintivo ESR 2013. **Civilizar**, Bogotá, v. 16, n. 30, p. 223-232, Enero/ Junio 2016.
- AMEILDA, F.; SOBRAL, F. A Influência dos Valores Culturais na Responsabilidade Social das Empresas: Um estudo empírico sobre a atitude dos gestores brasileiros. **Revista Portuguesa e Revista de Gestão**, p. 52-61, Julho/ Setembro 2007.
- ANDRADE, M. A. M. D.; GOSLING, M.; JORDÃO, R. V. D. A responsabilidade social de siderúrgicas mineiras e a percepção de suas comunidades de entorno. **Revista Produção**, Belo Horizonte, v. 23, n. 4, p. 793-805, Outubro/ Dezembro 2013.
- AVENDAÑO C, W. R. Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas. **REVISTA LASALLISTA DE INVESTIGACIÓN**, Antioquia, v. 10, n. 1, p. 152-163, 2013.
- BARCELLOS, R. D. M. R.; DELLAGNELO, E. L. Responsabilidade social corporativa: uma discussão a respeito da epistemologia subjacente aos conceitos utilizados na área. **Revista Eletrônica de Administração**, Porto Alegre, v. 74, n. 1, p. 35-60, Janeiro/ Abril 2013.
- BASSETTO, L. I. A incorporação da responsabilidade social e sustentabilidade: um estudo baseado no relatório de gestão 2005 da companhia paranaense de energia – COPEL. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 17, n. 3, p. 639-651, 2010.
- BOHÉRQUEZ, M. V. U.; DELGADO, G. R. Aportes de la información contable ante diversos entendimientos de la responsabilidad social empresarial. **Cuad. Contab.**, Bogotá, v. 13, n. 33, p. 545-577, Julio/ Diciembre 2012.
- BRAGATO, I. R. et al. Produção de açúcar e álcool vs. responsabilidade social corporativa: as ações desenvolvidas pelas usinas de cana-de-açúcar frente às externalidades negativas. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 15, n. 1, p. 89-100, Janeiro/ Abril 2008.
- CAPELLIN, P.; GIFFOM, R. As Empresas em Sociedades Contemporâneas: a responsabilidade social no Norte e no Sul. **Caderno CRH**, Salvador, v. 20, n. 51, p. 419-434, Setembro/ Dezembro 2007.
- CARVALHO, O.; MEDEIROS, J. Racionalidades subjacentes às ações de responsabilidade social corporativa. **Organização & Sociedade**, Salvador, v. 20, n. 64, p. 17-36, Janeiro/ Março 2013.
- CASTILLÓM, C. T.; CÓRDOBA, M. D. P. R. Categorías Conceptuales para el estudio de la responsabilidad social organizacional. **Revista Hallazgos**, Bogotá, v. 11, n. 22, p. 119-135, Outubro 2014. ISSN 1794-3841.

COHEN, M. et al. Responsabilidade Socioambiental Corporativa como Fator de Atração e Retenção para Jovens Profissionais. **Brazilian Business Review**, Vitória, v. 14, n. 1, p. 21-41, Janeiro/ Fevereiro 2017.

CONCEIÇÃO, S. H. D. et al. Fatores determinantes no disclosure em Responsabilidade Social Corporativa (RSC): um estudo qualitativo e quantitativo com empresas listadas na Bovespa. **Gestão & Produção**, São Carlos, v. 18, n. 3, p. 461-472, 2011.

CONTREIRAS, J. P.; MACHADO, V. M.; DUARTE, A. P. Corporate social responsibility in tourism: The case of Zoomarine Algarve. **Tourism & Management Studies**, Faro, v. 12, n. 1, p. 127-135, 2016.

COUTINHO, R. B. G.; MACEDO-SOARES, T. D. L. V. A. Gestão Estratégica com Responsabilidade Social: Arcabouço Analítico para Auxiliar sua Implementação em Empresas no Brasil. **RAC**, v. 6, n. 3, p. 75-96, Setembro/ Dezembro 2002.

DELGADO, G. R.; BOHÓRQUEZ, M. V. U. Aportes de la información contable a una responsabilidad empresarial acorde con las necesidades de la sociedad. Una mirada crítica. **Cuad. admon.ser.organ.**, Bogotá, v. 24, n. 43, p. 241-260, Julio/ Diciembre 2011.

DOMINGOS, M. D. L. C. Responsabilidade Social nas Organizações de Trabalho: Benevolência ou Culpa? **PSICOLOGIA CIÊNCIA E PROFISSÃO**, Rio de Janeiro, v. 27, n. 1, p. 80-93, 2007.

DUQUE, E. B. La empresa social y su responsabilidad social. **Revista INNOVAR**, v. 17, n. 30, p. 59-76.

EKHATOR, E. O. Corporate Social Responsibility and Chinese Oil Multinationals in the Oil and Gas Industry of Nigeria: An appraisal. **Cadernos de Estudos Africanos**, Lisboa, v. 28, p. 119-140, Julho/ Dezembro 2014.

FARIA, A.; SAUERBRONN, F. F. A responsabilidade social é uma questão de estratégia? uma abordagem crítica. **Revista de Administração Pública RAP**, Rio de Janeiro, v. 42, n. 1, p. 07-33, Janeiro/ Fevereiro 2008. ISSN 0034-7612.

FELDMAN, P. M.; REFICCO, E. Impacto de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra y disposición a pagar de consumidores bogotanos. **Estudios Gerenciales**, n. 31, p. 373-382, 2015.

FERNÁNDEZ, V. A. M.; BOGA, O. J.; FARIA, M. J. D. S. Impacto da responsabilidade social sob a óptica empresarial do norte litoral de Portugal. **Contaduría y Administración**, v. 59, n. 3, p. 89-135, Julio/ Septiembre 2014.

FERRE, Z. et al. La Responsabilidad Social Empresarial en Uruguay: una visión comparada desde la ciudadanía y desde las empresas. **Revista Semestre Económico**, Medellín, v. 14, n. 30, p. 105-120, Julio/ Diciembre 2011. ISSN 0120-6346.

FRANÇA, S. M.; ZANETTI, F. A política Empresarial: A Responsabilidade Social como Mecanismo de Segurança. **Fractal: Revista de Psicologia**, v. 23, n. 2, p. 317-366, Maio/ Agosto 2011.

FREGUETE, L. M.; NOSSA, V.; FUNCHAL, B. Responsabilidade Social Corporativa e Desempenho Financeiro das Empresas Brasileiras na Crise de 2008. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, p. 232-248, Março/ Abril 2015.

GALEGO-ÁLVAREZ, I.; GALEGO-ÁLVAREZ, H.; ANTUNES, M. T. P. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PRACTICES AT BRAZILIAN FIRMS. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 54, n. 1, p. 12-27, Janeiro/ Fevereiro 2014.

GARCIA, K. C.; TEIXEIRA, M. G.; ALVES, C. D. C. Concepção de um modelo matemático de avaliação de projetos de responsabilidade social empresarial (RSE). **Revista Gestão e Produção**, São Carlos, v. 14, n. 3, p. 535-544, Setembro/ Dezembro 2007.

GARCIA, L. C.; CAMPILLO, A. M.; SÁNCHEZ, F. M. Análisis de la relación entre los resultados sociales y económicos de las cajas de ahorros españolas: un caso de responsabilidad social corporativa. **Revista INNOVAR**, v. 20, n. 37, p. 33-46, Mayo - Agosto 2010.

GÁRCIA-DE-MADARIAGA, J.; RODRÍGUEZ--DE-RIVERA-CREMADES, F. Corporate social responsibility and the classical theory of the firm: Are both theories irreconcilable? **Revista INNOVAR**, Bogotá, v. 20, n. 37, p. 5-20, Mayo/ Agosto 2010.

GASALHO, M. D. G.; PITEIRA, M. M. Percepções da responsabilidade social no setor público O caso do Instituto da Segurança Social. **REVISTA PORTUGUESA E BRASILEIRA DE GESTÃO**, Lisboa, p. 63-78, Setembro/ Dezembro 2015.

GIMÉNEZ, G. B.; GÓMEZ, J. D. R.; VILLEGAS, M. G. La responsabilidad social en las organizaciones (RSO): análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información. **Revista INNOVAR**, Cerdanyola, v. 17, n. 29, p. 27-48, Enero/ Junio 2007.

GÓMEZ, M. C.; BERLANGA, G. P. Restaurantes Toks: estrategias de responsabilidad social. **Revista INNOVAR**, Bogotá, v. 23, n. 49, p. 141-155, Julio/ Septiembre 2013.

GÓMEZ, N. A.; CERNA, L. M. Divulgación de información sobre responsabilidad social por los bancos chilenos Una aproximación desde la teoría de la legitimidad. **Revista Economía global e Gestão**, Lisboa, p. 115-135, 2010.

GÓMEZ-VILLEGAS, M.; QUNTANILLA, D. A. Los informes de responsabilidad social empresarial: su evolución y tendencias en el contexto internacional y colombiano. **Cuadernos de Contabilidad**, Bogotá, v. 13, n. 12, p. 121-158, Enero/ Junio 2012.

GONZÁLEZ-RODRÍGUEZ, M. D. R. et al. Relation between background variables, values and corporate social responsibility. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 56, n. 1, p. 8-19, Janeiro/ Fevereiro 2016.

HERNÁNDEZ, G. C.; GIRALDO, C. M. A.; VALENCIA, J. C. N. Papel de gestión humana en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial. **Estudios Gerenciales**, Cali, v. 27, n. 118, p. 163-188, Enero/ Marzo 2011.

HERRERA, A. A.; ALCANIZ, E. B.; PÉREZ, R. C. Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación con base en su racionalidad. **Estudios Gerenciales**, Cali, v. 27, n. 118, p. 15-137, Enero/ Marzo 2011.

HOYOS, Á. P. Apoyo de las relaciones públicas a los programas de responsabilidad social en las empresas del sector eléctrico colombiano. **Revista Palabra Clave**, v. 18, n. 1, p. 239-257, Marzo 2015. ISSN 0122-8285.

HOYOS, A. P. El análisis del entorno como función estratégica de la comunicación en programas de responsabilidad social de un grupo de empresas del sector eléctrico colombiano. **Revista INNOVAR**, v. 25, n. 55, p. 11-22, Enero - Marzo 2015.

IRIGARAY, H. A. R.; VERGARA, S. C.; ARAUJO, R. G. Responsabilidade social corporativa: o que revelam os relatórios sociais das empresas. **Organização & Sociedade**, Salvador, v. 24, n. 80, p. 73-88, Janeiro/ Março 2017.

IRIGARAY, H. A. R.; VERGARA, S. C.; SANTOS, M. C. F. Responsabilidade Social Corporativa: um duplo olhar sobre a REUC. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 14, n. 6, p. 82-111, Novembro/ Dezembro 2013.

IZQUIERDO, R. J. S.; GRAÑANA, I. V. Responsabilidade social nas cooperativas de crédito. EDUCAÇÃO DO FUNDO E PROMOÇÃO como um indicador para avaliação. ESPANHOL PARA ESTUDO DE CASO EMPÍRICO. **Interciencia**, Caracas, v. 32, n. 6, p. 377-383, Junho 2007.

JESUS, M. M. N.; BATISTA, T. M. F. A responsabilidade social das empresas no Algarve. **Revista Tourism & Management Studies**, v. 10, p. 111-120, 2014.

LIMA, J. N. R. B. C.; GAVARD, F. Os tensionamentos entre o global e o local: as ações de responsabilidade socioambiental da Aracruz Celulose e Papel. **Revista Intercções**, Campo Grande, v. 14, n. 2, p. 213-224, Julho/ Dezembro 2013.

LOMÔNACO, J. F. B. et al. Conceito de Responsabilidade Social de Gestores e Empregados. **Psicologia: Ciência e Profissão**, São Paulo, v. 31, n. 1, p. 220-233, 2012.

MADORRAN, C.; GARCIA, T. Corporate social responsibility and financial performance: the spanish case. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 56, n. 1, p. 20-28, Janeiro/ Fevereiro 2016.

MARCONI, M. D. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARQUES, M.; TEIXEIRA, C. A Responsabilidade Social das Empresas e o Desempenho Organizacional. **Revista de Estudos Politécnicos**, v. 4, n. 10, p. 149-164, Outubro 2008. ISSN ISSN: 1645-9911.

MARTÍN, F. L. Q. Desresponsabilización mediante la ‘responsabilidad social’: una evaluación retórica a las ‘cartas de los presidentes’ presentes en tres informes de responsabilidad social empresarial en Colombia. **Cuad. Contab.**, Bogotá, v. 15, n. 37, p. 153-185, Enero/ Junio 2014.

MÉNDEZ-BELTRÁN, J. A.; PERALTA-BORRAY, D. A. Reflexiones respecto a la responsabilidad social empresarial y la creación de valor económico desde la perspectiva de los proveedores. **Cuaderno Contabilidad**, Bogotá, v. 15, n. 38, p. 625-645, Julio/ Diciembre 2014.

MENDONÇA, J. R. C. D.; GONÇALVES, J. C. D. S. Responsabilidade social nas empresas: uma questão de imagem ou de essência? **Organização & Sociedade**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 29, p. 115-130, Janeiro/ Abril 2004.

MENEZES, F. C. D. O Serviço Social e a “responsabilidade social das empresas”: o debate da categoria profissional na Revista Serviço Social & Sociedade e nos CBAS. **Serviço social & Sociedade**, São Paulo, n. 103, p. 503-531, Julho/ Setembro 2010.

MESA, J. A. P. L. D. La responsabilidad social del grupo EPM: una nueva postura política frente al territorio. **Cuad. admon.ser.organ**, Bogotá, v. 27, n. 49, p. 65-85, Julio/ Diciembre 2014.

METZNER, R. J.; FISCHER, F. M.; NOGUEIRA, D. P. Comparação da Percepção de Fadiga e de Capacidade para o Trabalho entre Trabalhadores Têxteis de Empresas que se encontram em Diferentes Estágios de Responsabilidade Social Empresarial no Estado de São Paulo, Brasil. **Saúde Social**, São Paulo, v. 17, n. 4, p. 46-55, 2008.

MILANI FILHO, M. A. F. Responsabilidade social e investimento social privado: entre o discurso e a evidência. **Revista Contabilidade Financeira USP**, São Paulo, v. 47, p. 19, Maio/ Agosto 2008.

MORENO, R. C. Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas: una guía de lectura para su estudio. **Revista Facultad de Ciencias Económica**, Montréal, v. 19, n. 1, p. 07-26, Junio 2011.

MORICEAU, J.-L.; GUERILLOT, G. GIFTED: The monolingualism of corporate social responsibility. **Revista de Administração e Empresas**, São Paulo, v. 52, n. 2, p. 153-164, Março/ Abril 2012.

MUÑOZ, D. N. Corporate social responsibility of Colombian tobacco industry: Is it a strategy? **Civilizar**, Bogotá, v. 15, n. 29, p. 113-134, Julio/ Diciembre 2015.

NICOLAU, I.; SIMAENS, A. O impacto da Responsabilidade Social das Empresas na Economia Social. **REVISTA PORTUGUESA E BRASILEIRA DE GESTÃO**, Lisboa, p. 68-76, Janeiro/ Março 2008.

NKAYAMA, R. M.; TEIXEIRA, R. M. Esquemas interpretativos de dirigentes e fornecedores com relação a estratégias e ações de responsabilidade social: o caso da empresa O Boticário. **Caderno EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 82-107, Março 2012.

OCAMPO-LÓPEZ, O. L. et al. Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas. **Entramado**, Cali, v. 11, n. 2, p. 72-90, Julio/ Diciembre 2015.

OLIVEIRA, M. C. et al. Divulgação de informações sociais por empresas brasileiras de acordo com os indicadores das Nações Unidas de responsabilidade social corporativa. **Revista de Contabilidade & Finanças USP**, São Paulo, v. 20, n. 51, p. 116-132, Setembro/ Dezembro 2009.

OMETTO, M. P.; BULGACOV, S.; MAY, M. R. A Efetividade dos Estrategistas da Responsabilidade social Empresarial. **Revista O&S**, Salvador, v. 22, n. 74, p. 423-442, Julho/Setembro 2015.

OROZCO, Y. V. D.; BARÓN, D. M. Responsabilidad social empresarial en la dimensión laboral: caso Bancolombia y bbva. **Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada**, Granada, v. 20, n. 1, p. 171-187, Junio 2012.

ORTIZ, N. P. D.; BANDEIRA, M. L. Responsabilidad social interna: entre la diferencia y el discurso en el escenario organizacional. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 2, p. 346-368, Abril/ Junho 2015.

PALÁEZ-LEÓN, J. D.; GARCÍA-SOLARTE, M. Responsabilidad social empresarial y gestión humana: una relación estratégica aplicada desde un modelo explicativo. **Entramado**, Cali, v. 10, n. 2, p. 90-111, Julio/ Diciembre 2014.

PEÑA MIRANDA, D. D.; SERRA CANTALLOPS, A. La práctica de la responsabilidad social empresarial. Estudio de caso en el sector turístico. **Revista INNOVAR**, Bogotá, v. 23, n. 49, p. 101-113, Julio/ Septiembre 2013.

PEÑA, G. J. Multinacionales y responsabilidad social empresarial en la construcción de paz en Colombia. **Cuadernos de Administración**, Bogotá, v. 27, n. 48, p. 67-96, Enero/ Junio 2014.

PENA, R. P. et al. Responsabilidade social empresarial e estratégia: um estudo sobre a gestão do público interno em duas empresas signatárias do Global Compact. **Organização & Sociedade**, Salvador, v. 14, n. 40, p. 81-98, Janeiro/ Março 2007.

PEREIRA, B. A. D.; WOTTRICH, V. A.; VENTURINI, J. C. A Comunicação da Responsabilidade Social Empresarial (Rse) na Suécia, Tailândia e Brasil: uma abordagem comparativa em empresas de construção civil. **Revista O&S**, Salvador, v. 17, n. 55, p. 621-639, Outubro/Dezembro 2010.

PESQUEUX, Y.; VASCONCELOS, I. F. F. G. D. Teoria da Ação Comunicativa e responsabilidade social empresarial: uma proposta de pesquisa. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 30-40, Março 2013.

PESSOA, R. W. A.; BENEVIDES, M. G.; NASCIMENTO, L. F. D. Responsabilidade social empresarial nas pequenas empresas. **Organização & Sociedade**, Salvador, v. 13, n. 39, p. 77-91, Outubro/ Dezembro 2006.

PINZÓN-RIOS, C. P.; OCAMPO-VILLEGAS, M. C.; GUTIÉRREZ-COBA, L. M. Tratamiento periodístico de la Responsabilidad Social Empresarial del sector de alimentos en Colombia. **Cuadernos.info**, Santiago, n. 37, p. 137-150, Diciembre 2015.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. D. **Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico**. 2ª ed. Novo Hamburgo: Universidade FEEVALE, 2013.

PUGLIESI, F.; MAYERLE, D.; MACHADO, A. R. Os Direitos e as Obrigações do Titular do Capital Social da Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI). **Sequência**, Florianópolis, n. 66, p. 305-326, Julho 2013.

RAMÍREZ, D. B.; LÓPEZ, C. M.; LÓPEZ, M. V. Globalización, capitalismo financiero y responsabilidad social empresarial: tensiones estructurales. **Revista Civilizar Ciencias Sociales y Humanas**, Colombia, v. 14, n. 27, p. 135-154, julio/ Diciembre 2014.

RAY, S. Linking Public Sector Corporate Social Responsibility with Sustainable Development. **Revista Administração Machenzie**, São Paulo, v. 14, n. 6, p. 112-131, Novembro/ Dezembro 2013.

REIS, C. N. D. A Responsabilidade Social das Empresas: o contexto brasileiro em face da ação consciente ou do modernismo do mercado. **Revista de Economia Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 279-305, Maio/ Agosto 2007.

RICO, E. D. M. A Responsabilidade Social e o Estado uma aliança para o desenvolvimento sustentável. **Revista São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 18, n. 4, p. 73-82, 2004.

RÍOS, J. G. S. Responsabilidad social y gestión del conocimiento como estrategias de gestión humana. **Estudios Gerenciales**, Medellín, v. 29, p. 110-117, Marzo 2013.

ROMERO-GONZÁLES, L. T.; WANUMEN-MARÍN, L. F.; CATÓLICO-SEGURA, D. F. Revelación de lineamientos sobre responsabilidad social en los códigos de buen gobierno de las empresas cotizadas en Colombia. **Cuaderno Contabilidad**, Bogotá, v. 15, n. 38, p. 599-624, Julio/ Diciembre 2014.

SALAZAR, A. L.; SOTO, R. C. La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimentario. **Cuad. admon.ser.organ**, Bogotá, v. 24, n. 43, p. 261-283, Julio/ Diciembre 2011.

SAUERBRONN, F. F.; SAUERBRONN, J. F. R. Estratégias de responsabilidade social e esfera pública: um debate sobre stakeholders e dimensões sociopolíticas de ações empresariais. **Revista de Administração pública - RAP**, Rio de Janeiro, v. 45, n. 2, p. 435-458, Março/ Abril 2011.

SCHROEDER, J. T.; SCHROEDER, I. Responsabilidade social corporativa: limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 1-10, Janeiro/ Junho 2004.

SERPA, D. A. F.; FOURNEAU, L. F. Responsabilidade Social Corporativa: uma Investigação Sobre a Percepção do Consumidor. **Revista de Administração Contemporânea**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 3, p. 83-103, Julho/ Setembro 2007.

SILVEIRA, S. D. S. Estado da arte do social: uma perscrutação às práticas de responsabilidade social empresarial. **Serviço Social & Sociedade**, São Paulo, n. 103, p. 532-553, Julho/ Setembro 2012.

SOARES, G. M. D. P. Responsabilidade Social Corporativa: por uma boa causa!. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 1-15, Julho/ Dezembro 2004.

SOLARTE, M. G.; RODRÍGUEZ, A. R. A.; LEÓN, J. D. P. Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial desde las áreas funcionales de Gestión Humana: análisis de resultados en cuatro empresas del suroccidente colombiano. **Revista INNOVAR**, Bogotá, v. 23, n. 49, p. 83-100, Julio/ Septiembre 2013.

TRANFIELD, D.; DENYER, D.; SMART, P. Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. **British Journal of Management**, v. 14, p. 207-222, 2003.

TRAPERO, F. G. A.; LOZADA, V. D. C. M. D.; GARCÍA, J. D. L. G. Consumers and their buying decision making based on price and information about corporate social responsibility (csr). case study: undergraduate students from a private University in Mexico. **Estudios Gerenciales**, Cali, v. 26, n. 117, p. 103-117, Octubre/ Diciembre 2010.

TRAPERO, F. G. A.; SÁNCHEZ, M. V.; GARCÍA, J. D. L. G. Políticas de diversidad y flexibilidad laboral en el marco de la responsabilidad social empresarial. Un análisis desde la perspectiva de género. **Estudios Gerenciales**, Cali, n. 21, p. 161-166, Septiembre 2013.

VALERO, E. A.; REYES, K. C. El lado oscuro em las prácticas de responsabilidad social corporativa del setor floricultor. **Revista INNOVAR**, Bogotá, v. 16, n. 27, p. 73-90, Enero/ Junio 2006.

VERGARA, S. C.; SILVA, D. B. D. S.; GOMES, A. P. C. Z. OLGA: A semeadora de grãos e de responsabilidade social na história do Grupo Nova América. **Revista Organização & Sociedade**, Salvador, v. 11, n. 31, p. 153-170, Setembro/ Dezembro 2004.

ZANITELLI, L. M. Capitalismo Brasileiro e a Responsabilidade Social Empresarial. **Revista Sequência**, Florianópolis, n. 66, p. 83-112, Julho 2013.

Anexo A

Tabela 4 - Dados sobre os artigos analisados sobre RS no âmbito corporativo e empresarial

Título	Autor	Ano	Ambiente de publicação	País	Instituições às quais pertencem os autores	Cooperação entre diferentes instituições
1- Gestão estratégica com responsabilidade social: arcabouço analítico para auxiliar sua implementação em empresas no Brasil.	Renata Buarque Goulart Coutinho; T. Diana L. v. A. Macedo-Soares.	2002	Revista de Administração Contemporânea	Brasil	PUC-RJ (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro)	
2 - Olga: a semeadora de grãos e de responsabilidade social na história do grupo Nova América.	Sylvia Constant Vergara; Darci Basta dos Santos Silva; Ana Paula Cortat Zambrotti Gomes.	2004	Organizações & Sociedade	Brasil	EBAPE/FGV (Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas)	
3 - Responsabilidade social nas empresas: uma questão de imagem ou de essência?	J. Ricardo C. de Mendonça; Júlio Cesar de Santana Gonçalves.	2004	Organizações & Sociedade	Brasil	UFPE (Universidade Federal de Pernambuco)	
4 - Responsabilidade social corporativa: por uma boa causa!?	Gianna Maria de Paula Soares.	2004	RAE eletrônica	Brasil	CEPPEAD-UFPR (Centro de Pesquisa e Pós-Graduação em Administração da Universidade Federal do Paraná)	
5 - Responsabilidade social corporativa: limites e possibilidades	Jocimari Tres Schroeder; Ivanir Schroeder.	2004	RAE eletrônica	Brasil	UNIVALI (Universidade do Vale do Itajaí)	
6 - A responsabilidade social empresarial e o Estado: uma aliança para o desenvolvimento sustentável.	Elizabeth de Melo Rico.	2004	São Paulo em Perspectiva	Brasil	PUC-RJ (Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro)	
7 - <i>El lado oscuro em las prácticas de responsabilidade social corporativa del sector floricultor.</i>	Edgar Augusto Valero; Karina Camacho Reyes.	2006	Innovar	Colômbia	UNAL (Universidad Nacional de Colômbia)	
8 - Responsabilidade social empresarial nas pequenas empresas.	Raimundo Wellington Araújo Pessoa; Marinina Gruska Benevides; Leandra Fernandes do Nascimento.	2006	Organizações & Sociedade	Brasil	UECE/CEFET (Universidade Estadual do Ceará e Centro Federal de Educação Tecnológica)	X
9 - As empresas em sociedades contemporâneas: a responsabilidade social no Norte e no Sul.	Paola Cappellini; Raquel Giffoni.	2007	Caderno CRH	Brasil	UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro)	
10 - Concepção de um modelo matemático de avaliação de projetos de responsabilidade social empresarial (RSE).	Katia Cristina Garcia; Marcello Goulart Teixeira; Cristiano da Costa Alves; Rex Nazaré Alves.	2007	Gestão & Produção	Brasil	UFRJ/IME e FEUDUC (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto Militar de Engenharia e Fundação Educacional de Duque de Caxias)	X

11- <i>La responsabilidad social en las organizaciones (RSO): análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información.</i>	Gaspar Berbel Giménez; Juan David Reyes Gómez; Mauricio Gómez Villegas.	2007	Innovar	Colômbia	UAB/UNAL (Universitat Autònoma de Barcelona e Universidad Nacional de Colômbia)	X
12- <i>La empresa social y su responsabilidad social.</i>	Ernesto Barrera Duque.	2007	Innovar	Colômbia	UNISABANA (Universidad de La Sabana)	
13- <i>La responsabilidad social en el cooperativismo de crédito: el fondo de educación y promoción como indicador para su evaluación: estudio empírico para el caso español.</i>	Ricardo J. Server Izquierdo; Inmaculada Villalonga Grañana.	2007	Interciencia	Venezuela	UPV (Universitat Politècnica de València)	
14- Responsabilidade social empresarial e estratégia: um estudo sobre a gestão do público interno em duas empresas signatárias do global compact.	Roberto Patrus Pena; Helena Queiroz; Antonio Carvalho Neto; Armindo Teodósio; Andréa Soares Dias; Tássia Fernandes.	2007	Organizações & Sociedade	Brasil	PUC-MG; FGV/SP e FNH (Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais; Fundação Getúlio Vargas São Paulo e Faculdade Novos Horizontes)	X
15- Responsabilidade social nas organizações de trabalho: benevolência ou culpa?	Maria de Lurdes Costa Domingos.	2007	Psicologia: Ciência e Profissão	Brasil	UERJ (Universidade Estadual do Rio de Janeiro)	
16- Responsabilidade social corporativa: uma investigação sobre a percepção do consumidor.	Daniela Abrantes Ferreira Serpa; Lucelena Ferreira Fournau.	2007	Revista de Administração Contemporânea	Brasil	UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro)	
17- A responsabilidade social das empresas: o contexto brasileiro em face da ação consciente ou do modernismo do mercado?	Carlos Nelson dos Reis.	2007	Revista de Economia Contemporânea	Brasil	PUC-RS (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul)	
18- A influência dos valores culturais na Responsabilidade Social das Empresas: Um estudo empírico sobre a atitude dos gestores brasileiros.	Filipe Almeida; Filipe Sobral.	2007	Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa	Portugal	FEUC (Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra)	
19- Produção de açúcar e álcool vs. responsabilidade social corporativa: as ações desenvolvidas pelas usinas de cana-de-açúcar frente às externalidades negativas.	Ivelise Rasera Bragato; Elisabete Stradiotto Siqueira; Graziela Oste Graziano; Eduardo Eugênio Spers.	2008	Gestão & Produção	Brasil	UNIMEP (Universidade Metodista de Piracicaba)	
20- Responsabilidade social e investimento social privado: entre o discurso e a evidênciação.	Marco Antonio Figueiredo Milani Filho.	2008	Revista Contabilidade & Finanças	Brasil	UPM (Universidade Presbiteriana Mackenzie)	
21- A responsabilidade social é uma questão de estratégia? Uma abordagem crítica.	Alexandre FariaI; Fernanda Filgueiras SauerbronnI.	2008	Revista de Administração Pública	Brasil	EBAPE FGV (Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas)	
22- O impacto da responsabilidade social das empresas na economia social.	Isabel Nicolau; Ana Simaens.	2008	Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa	Portugal	ISCTE (Instituto Universitário de Lisboa)	

23- Comparação da percepção de fadiga e de capacidade para o trabalho entre trabalhadores têxteis de empresas que se encontram em diferentes estágios de responsabilidade social empresarial no estado de São Paulo, Brasil.	Ricardo Jorge Metzner; Frida Marina Fischer; Diogo Pupo Nogueira.	2008	Saúde e Sociedade	Brasil	USP (Universidade de São Paulo)	
24- <i>Corporate social responsibility and financial performance: the Spanish case.</i>	Mário Marques; Cláudia Teixeira.	2008	Tékhnè - Revista de Estudos Politécnicos	Portugal	UM/IPP (Universidade do Minho e Instituto Politécnico do Porto)	X
25- <i>Disclosure of social information by Brazilian companies according to United Nations indicators of corporate social responsibility.</i>	Marcelle Colares Oliveira; Marcia Martins Mendes De Luca; Vera Maria Rodrigues Ponte; João Êsio Pontes Junior.	2009	Revista Contabilidade & Finanças	Brasil	UFC/UNIFOR (Universidade Federal do Ceará e Universidade de Fortaleza)	X
26- <i>Divulgación de información sobre responsabilidad social por los bancos chilenos una aproximación desde la teoría de la legitimidad.</i>	Nagore Aranguren Gómez; Luis Martínez Cerna.	2010	Economia Global e Gestão	Portugal	DEUSTO/UNAP (Universidade de Deusto e Universidad Arturo Prat)	X
27- <i>Consumers and their buying decision making based on price and information about corporate social responsibility (CSR). Case study: undergraduate students from a private university in Mexico.</i>	Florina Guadalupe Arredondo Trapero; Verónica Del Carmen Maldonado de Lozada; Jorge de La Garza García.	2010	Estudios Gerenciales	Colômbia	ITESM (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey)	
28- A incorporação da responsabilidade social e sustentabilidade: um estudo baseado no relatório de gestão 2005 da companhia paranaense de energia - COPEL.	Luci Ines Bassetto.	2010	Gestão & Produção	Brasil	UTFPR (Universidade Tecnológica Federal do Paraná)	
29- Análisis de la relación entre los resultados sociales y económicos de las cajas de ahorros españolas: un caso de responsabilidad social corporativa.	Laura Cabeza-García; Almudena Martínez-Campillo; Federico Marbella-Sánchez.	2010	Innovar	Colômbia	UDL (<i>Universidad de León</i>)	
30- <i>Desviación positiva y responsabilidad social empresarial (RSE). La experiencia de Ethos en Brasil.</i>	Alam Aguilar-Platas; Emmanuel Raufflet.	2010	Innovar	Colômbia	UNAL (<i>Universidad Nacional de Colômbia</i>)	
31- <i>Corporate social responsibility and the classical theory of the firm: are both theories irreconcilable?</i>	Jesús García-de-Madariaga; Fernando Rodríguez-de-Rivera-Cremades.	2010	Innovar	Colômbia	UNAL (<i>Universidad Nacional de Colômbia</i>)	
32- A comunicação da responsabilidade social empresarial (RSE) na Suécia, Tailândia e Brasil: uma abordagem comparativa em empresas de construção civil.	Breno A. Diniz Pereira; Vanessa H. Wottrich; Marlon Dalmoro; Jonas Cardona Venturini.	2010	Organizações & Sociedade	Brasil	UFSM/ UFRGS (Universidade Federal de Santa Maria e Universidade Federal do Rio Grande do Sul)	X
33- Estado da arte do social: uma perscrutação às práticas de responsabilidade social empresarial.	Sandra da Silva Silveira.	2010	Serviço Social & Sociedade	Brasil	PUC-RS (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul)	

34- O Serviço Social e a "responsabilidade social das empresas": o debate da categoria profissional na Revista Serviço Social & Sociedade e nos CBAS.	Franciane Cristina de Menezes.	2010	Serviço Social & Sociedade	Brasil	UFRJ (Universidade Federal do Rio de Janeiro)	
35- Aportes de la información contable a una responsabilidad empresarial acorde con las necesidades de la sociedad. Una mirada crítica.	Gabriel Rueda Delgado; María Victoria Uribe Bohórquez.	2011	Cuadernos de Administración	Colômbia	PUJ (Pontificia Universidad Javeriana)	
36- La responsabilidad social empresarial como estrategia de competitividad en el sector alimentario.	Alejandra López Salazar; Ricardo Contreras Soto; Rubén Molina Sánchez.	2011	Cuadernos de Administración	Colômbia	UGTO (Universidad de Guanajuato)	
37- Papel de gestión humana em el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial.	Gregorio Calderón Hernández; Claudia Milena Álvarez Giraldo ; Julia Clemencia Naranjo Valencia.	2011	Estudios Gerenciales	Colômbia	UNAL (Universidad Nacional de Colombia)	
38- Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación com base em su racionalidad.	Alejandro Alvarado Herrera; Enrique Bigné Alcañiz; Rafael Currás Pérez.	2011	Estudios Gerenciales	Colômbia	UV (Universidad de Valencia)	
39- A política empresarial: a responsabilidade social como mecanismo de segurança	Sonia Moreira França; Fernando Zanetti.	2011	Fractal: Revista de Psicologia	Brasil	UNESP (Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho)	
40- Fatores determinantes no disclosure em Responsabilidade Social Corporativa (RSC): um estudo qualitativo e quantitativo com empresas listadas na Bovespa.	Sérgio Henrique da Conceição; Gilson Barbosa Dourado; Ana Gabriela Baqueiro; Simone Freire; Pauline das Chagas Brito.	2011	Gestão & Produção	Brasil	UNEB (Universidade do Estado da Bahia)	
41- Estratégias de responsabilidade social e esfera pública: um debate sobre stakeholders e dimensões sociopolíticas de ações empresariais.	Fernanda Filgueiras Sauerbronn; João Felipe Rammelt Sauerbronn.	2011	Revista de Administração Pública	Brasil	UFRJ/FGV (Universidade Federal do Rio de Janeiro e Fundação Getúlio Vargas)	X
42- Las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas: una guía de lectura para su estudio.	Ricardo Cuevas Moreno.	2011	Revista Facultad de Ciencias Económica	Colômbia	UQAM (Université du Québec à Montréal)	
43- La responsabilidad social empresarial em Uruguay: una visión comparada desde la ciudadanía y desde las empresas.	Zuleika Ferre; Natalia Melgar; Héctor Pastor; Giorgina Piani; Máximo Rossi.	2011	Semestre Económico	Colômbia	UDELAR (Universidad de la República)	
44- Esquemas interpretativos de dirigentes e fornecedores com relação a estratégias e ações de responsabilidade social: o caso da empresa O Boticário.	Regina Mitiko Nakayama; Rivanda Meira Teixeira.	2012	Cadernos EBAPE.BR	Brasil	UFPR/UFS (Universidade Federal do Paraná e Universidade Federal de Sergipe)	X
45- Aportes de la información contable ante diversos entendimientos de la responsabilidad social empresarial.	María Victoria Uribe-Bohórquez; Gabriel Rueda-Delgado.	2012	Cuadernos de Contabilidad	Colômbia	PUJ (Pontificia Universidad Javeriana)	
46- Los informes de responsabilidad social empresarial: su evolución y tendencias en el contexto internacional y colombiano.	Mauricio Gómez-Villegas; Diego Alexander Quintanilla.	2012	Cuadernos de Contabilidad	Colômbia	UNAL (Universidad Nacional de Colombia)	

47- Conceito de responsabilidade social de gestores e empregados.	José Fernando Bitencourt Lomônaco; Caio Parada Cabral; Carla Ulasowicz; Patrícia Thomasio Quinelato; Paula Alejandra Boero Villagran; Tereza Cristina Rangel Credidio Zampieri.	2012	Psicologia: Ciência e Profissão	Brasil	USP (Universidade de São Paulo)	
48- Gifted: the monolingualism of corporate social responsibility.	Jean-Luc Moriceaul; Geraldine Guerillot.	2012	Revista de Administração de Empresas	Brasil	Institut Telecom	
49- Responsabilidad social empresarial em la dimensión laboral: caso bancolombia y BBVA.	Yenni Viviana Duque Orozco; Deissy Martínez Barón.	2012	Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión	Colômbia	UMNG (Universidad Militar Nueva Granada)	
50- Teoria da Ação Comunicativa e responsabilidade social empresarial: uma proposta de pesquisa.	Yvon Pesqueux; Isabella Francisca Freitas Gouveia de Vasconcelos.	2013	Cadernos EBAPE.BR	Brasil	LIRSA (Laboratoire Interdisciplinaire de Recherche en Sciences de L'Action)	
51- Artículo Políticas de diversidad y flexibilidad laboral en el marco de la responsabilidad social empresarial. Un análisis desde la perspectiva de género.	Florina Guadalupe Arredondo Traperoa; Luz María Velázquez Sánchez; Jorge de la Garza García.	2013	Estudios Gerenciales	Colômbia	ITESM (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey)	
52- Responsabilidad social y gestión del conocimiento como estrategias de gestión humana.	Juan Guillermo Saldarriaga Ríos.	2013	Estudios Gerenciales	Colômbia	USBMED (Universidad de San Buenaventura de Medellín)	
53- Restaurantes Toks: estrategias de responsabilidad social.	Manuela Camacho Gómez; Gustavo Pérez Berlanga.	2013	Innovar	Colômbia	UJAT (Universidad Juárez Autónoma de Tabasco e Corporativo da empresa Toks)	X
54- La práctica de la responsabilidad social empresarial. Estudio de caso en el sector turístico.	David Daniel Peña Miranda; Antoni Serra Cantallops.	2013	Innovar	Colômbia	Unimagdalena/UIB (Universidad del Magdalena e Universitat de les Illes Balears)	X
55- Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial desde las áreas funcionales de Gestión Humana: análisis de resultados en cuatro empresas del suroccidente colombiano.	Mónica García Solarte; Andrés Ramiro Azuero Rodríguez; Juan David Peláez León.	2013	Innovar	Colômbia	UNIVALLE (Universidad del Valle)	
56- Os tensionamentos entre o global e o local: as ações de responsabilidade socioambiental da Aracruz Celulose e Papel.	João Vicente R. B. Costa Lima; François Gavard.	2013	Interações (Campo Grande)	Brasil	UFAL/UFRS (Universidade Federal de Alagoas e Universidade Federal do Rio Grande do Sul)	X
57- Racionalidades subjacentes às ações de responsabilidade social corporativa.	Osório Carvalho; Janann Medeiros.	2013	Organizações & Sociedade	Brasil	UnB (Universidade de Brasília)	
58- A responsabilidade social de siderúrgicas mineiras e a percepção de suas comunidades de entorno.	Marcelo Aureliano Monteiro de Andrade; Marlusa Gosling; Ricardo Vinícius Dias Jordão.	2013	Production	Brasil	UFMG/FPL (Universidade Federal de Minas Gerais e Fundação Pedro Leopoldo)	X

59- Responsabilidade Social Corporativa: um duplo olhar sobre a Reduc.	Hélio Arthur Reis Irigaray; Sylvia Constant Vergara; Marcio Cesar Franco Santos.	2013	RAM. Revista de Administração Mackenzie	Brasil	FGV/CEFET-MG (Fundação Getúlio Vargas e Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais)	X
60- <i>Linking public sector corporate social responsibility with sustainable development: lessons from India.</i>	Subhasis Ray.	2013	RAM. Revista de Administração Mackenzie	Brasil	XIME (Xavier Institute of Management, India)	
61- Responsabilidade social corporativa: uma discussão a respeito da epistemologia subjacente aos conceitos utilizados na área.	Rebeca de Moraes Ribeiro de Barcellos; Eloise Livramento Dellagnelo.	2013	REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre)	Brasil	UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina)	
62- <i>Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas.</i>	William R. Avendaño C.	2013	Revista Lasallista de Investigación	Colômbia	UFPS (Universidad Francisco de Paula Santander)	
63- Capitalismo brasileiro e responsabilidade social empresarial.	Leandro Martins Zanitelli.	2013	Sequência (Florianópolis)	Brasil	UFRS (Universidade Federal do Rio Grande do Sul)	
64- <i>Corporate social responsibility and Chinese oil multinationals in the oil and gas industry of Nigeria: an appraisal</i>	Eghosa Osa Ekhatör.	2014	Cadernos de Estudos Africanos	Portugal	Universidade de Hull	
65- <i>Globalización, capitalismo financiero y responsabilidad social empresarial: tensiones estructurales</i>	David Barbosa Ramírez; Christian Medina López; Myriam Vargas López.	2014	Civilizar Ciencias Sociales y Humanas	Colômbia	UNR (Universidad do Rosário)	
66- Impacto da responsabilidade social sob a óptica empresarial do Norte litoral de Portugal.	Valentín Alejandro Martínez Fernández; Óscar Juanatey Boga; Maria José da Silva Faria.	2014	Contaduría y administración	México	UDC/ISMAI (Universidad de A Coruña e Instituto Superior da Maia)	X
67- <i>La responsabilidad social del grupo epm: una nueva postura política frente al territorio.</i>	Polanco López de Mesa; Jorge Andrés.	2014	Cuadernos de Administración	Colômbia	UDEM (Universidad de Medellín)	
68- <i>Multinacionales y responsabilidad social empresarial en la construcción de paz en Colombia.</i>	Gabriel Jiménez Peña.	2014	Cuadernos de Administración	Colômbia	UNAL (Universidad Nacional de Colombia)	
89- <i>Reflexiones respecto a la responsabilidad social empresarial y la creación de valor económico desde la perspectiva de los proveedores.</i>	Jairo Andrés Méndez-Beltrán; Diego Alejandro Peralta-Borray.	2014	Cuadernos de Contabilidad	Colômbia	ULASALLE (Universidad de La Salle)	
70- <i>Revelación de lineamientos sobre responsabilidad social en los códigos de buen gobierno de las empresas cotizadas en Colombia.</i>	Laura Tatiana Romero-González; Luisa Fernanda Wanumen-Marín; Diego Fernando Católico-Segura.	2014	Cuadernos de Contabilidad	Colômbia	ULASALLE (Universidad de La Salle)	

71- <i>Desresponsabilización mediante la 'responsabilidad social': una evaluación retórica a las 'cartas de los presidentes' presentes en tres informes de responsabilidad social empresarial en Colombia.</i>	Fabián Leonardo Quinche-Martín.	2014	Cuadernos de Contabilidad	Colômbia	UNAL (Universidad Nacional de Colombia)	
72- <i>Responsabilidad social empresarial y gestión humana: una relación estratégica aplicada desde un modelo explicativo.</i>	Peláez-León; Juan David; Mónica García-Solarte.	2014	Entramado	Colômbia	UNIVALLE (Universidad del Valle - Cali)	
73- <i>Categorías conceptuales para el estudio de la responsabilidad social organizacional.</i>	Carlos Tello Castrillón; María del Pilar Rodríguez Córdoba.	2014	Hallazgos	Colômbia	UNAL (Universidad Nacional de Colombia)	
74- <i>Corporate social responsibility practices at brazilian firms.</i>	Isabel Galego-Álvarez; Henrique Formigoni; Maria Thereza Pompa Antunes.	2014	Revista de Administração de Empresas	Brasil	USAL/UPM (Universidade de Salamanca e Universidade Presbiteriana Mackenzie)	x
75- <i>A responsabilidade social das empresas no Algarve.</i>	Maria Margarida Nascimento Jesus; Tiago Miguel Ferreira Batista.	2014	Tourism & Management Studies	Portugal	Ualg (Universidade do Algarve)	
76- <i>Responsabilidad social interna: entre la diferencia y el discurso en el escenario organizacional.</i>	Nancy Piedad Diaz Ortiz; Mariana Lima Bandeira.	2015	Cadernos EBAPE.BR	Brasil	UNICAUCA/UASB (Universidad del Cauca e Universidad Andina Simón Bolívar)	X
77- <i>Corporate social responsibility of Colombian tobacco industry: Is it a strategy?</i>	Diana Niño Muñoz.	2015	Civilizar Ciencias Sociales y Humanas	Colômbia	USA (Universidad Sergio Arboleda)	
78- <i>Tratamiento periodístico de la responsabilidad social empresarial del sector de alimentos en Colombia.</i>	Cindy Paola Pinzón-Ríos; Dra. María Cristina Ocampo-villega; Dra. Liliana María Gutiérrez-Coba.	2015	Cuadernos.info	Chile	UNISABANA (Universidad de la Sabana)	
79- <i>Responsabilidad social en pequeñas empresas del sector de Alimentos y Bebidas de Caldas.</i>	Olga Lucía Ocampo-López; Julián Andrés García-Cortés; León Sigifredo Ciro-Ríos; Yesid Forero-Páez.	2015	Entramado	Colômbia	UAM (Universidad Autónoma de Manizales)	
80- <i>Impacto de la responsabilidad social empresarial en el comportamiento de compra y disposición a pagar de consumidores bogotanos.</i>	Percy Marquina Feldmana; Ezequiel Reficcob.	2015	Estudios Gerenciales	Colômbia	PUCP/ULA (Pontificia Universidad Católica do Peru e Universidad de Los Andes)	X
81- <i>El análisis del entorno como función estratégica de la comunicación en programas de responsabilidad social de un grupo de empresas del sector eléctrico colombiano.</i>	Ángela Preciado Hoyos.	2015	Innovar	Colômbia	UNISABANA (Universidad de la Sabana)	

82- A Efetividade dos Estrategistas da Responsabilidade Social Empresarial.	M. Paola Ometto; Sergio Bulgacov; Márcia Ramos May.	2015	Organizações & Sociedade	Brasil	EAESP-FGV/USP (A Escola de Administração de Empresas de São Paulo Fundação Getúlio Vargas e Universidade de São Paulo)	X
83- <i>Apoyo de las relaciones públicas a los programas de responsabilidad social en las empresas del sector eléctrico colombiano.</i>	Ángela Preciado-Hoyos.	2015	Palabra Clave	Colômbia	UNISABANA (Universidad de la Sabana)	
84- Responsabilidade social corporativa e desempenho financeiro das empresas brasileiras na crise de 2008.	Lilian Marques Freguete; Valcemiro Nossa; Bruno Funchal.	2015	Revista de Administração Contemporânea	Brasil	FUCAPE (Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças)	
85- Percepções da responsabilidade social no setor público: O caso do Instituto da Segurança Social	Maria da Graça Gasalhol; Maria Margarida Piteirall.	2015	Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão	Portugal	ULISBOA (Universidade de Lisboa)	
86- <i>Responsabilidad social empresarial en empresas chihuahuenses que obtuvieron el distintivo ESR 2013.</i>	Alma Lilia Sapién Aguilar; Laura Cristina Piñón Howlet; María del Carmen Gutiérrez Díez.	2016	Civilizar Ciencias Sociales y Humanas	Colômbia	UACH (Universidad Autónoma de Chihuahua)	
87- Responsabilidade social corporativa e desempenho financeiro: O caso espanhol.	Cristina Madorran; Teresa Garcia.	2016	Revista de Administração de Empresas	Brasil	UPNA (Universidad Pública de Navarra)	
88- <i>Relation between background variables, values and corporate social responsibility.</i>	María Del Rosario González-Rodríguez; María Del Carmen Díaz-Fernandez; Valéria Rueda Elias Spers; Marcelo da Silva Leite.	2016	Revista de Administração de Empresas	Brasil	US/UNIMEP (Universidade de Sevilla e Universidade Metodista de Piracicaba)	X
89- <i>Corporate social responsibility in tourism: The case of Zoomarine Algarve.</i>	Joaquim Pinto Contreiras; Virgilio Miguel Machado; Ana Patricia Duarte.	2016	Tourism & Management Studies	Portugal	UALg/ ISCTE (Universidade do Algarve e Instituto Universitário de Lisboa)	X
90- Responsabilidade socioambiental corporativa como fator de atração e retenção para jovens profissionais.	Marcos Cohen; Flávia de Souza Costa Neves Cavazotte; Taissa Mattos da Costa; Karina Cordeiro Silva Ferreira.	2017	BBR. Brazilian Business Review	Brasil	PUC-RJ (Pontificia Universidade Católica do Rio de Janeiro)	
91- Responsabilidade social corporativa: o que revelam os relatórios sociais das empresas.	Hélio Arthur Reis Irigaray; Sylvia Constant Vergara; Rafaela Garcia Araújo.	2017	Organizações & Sociedade	Brasil	EBAPE FGV (Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas)	

Fonte: *Scientific Electronic Library Online – SciELO*. Autor: AMARAL, (2017)