

Relação entre a Capacidade Social e o Desempenho Social das Empresas Brasileiras Mediada pela Responsabilidade Social Corporativa

Ronaldo Leão de Miranda , Iara Regina dos Santos Parisotto 

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Mato Grosso (IFMT) Campus Várzea Grande, Várzea Grande, Brasil.



rleao@leaoiranda@hotmail.com

iaraparissotto@furb.br

Editado por:

Ana Paula Capuano da Cruz

Resumo

Objetivo: Este estudo objetiva analisar a relação entre a capacidade social e o desempenho social, mediada pela responsabilidade social corporativa, no contexto das empresas brasileiras listadas na B3.

Método: A pesquisa caracteriza-se como descritiva em relação a seu objetivo, quanto aos procedimentos é considerada como pesquisa aplicada a partir do levantamento de dados primários. Este estudo foi realizado com empresas de capital aberto do Brasil, por meio da aplicação de questionário aos gestores das empresas listadas na B3. As respostas obtidas por meio do questionário são provenientes da alta administração. Trata-se de uma pesquisa quantitativa em relação à abordagem do problema, sendo analisada por meio da modelagem de equações estruturais (MEE), com utilização do software SPSS AMOS versão 22.

Resultados: A importância da capacidade social não é apenas uma consideração estratégica para obter bons resultados de desempenho social e RSC, é antes de tudo uma consideração primária e fundamental quando se trata do alcance dos objetivos sociais das empresas. Diante disso, este estudo comprova que existe uma relação entre a capacidade social e o desempenho social das empresas brasileiras mediada pela responsabilidade social corporativa. Esse caminho de mediação CS => RSC => DS possui um $\beta = 0,705$, onde a CS e RSC explicam o DS em aproximadamente 93%.

Contribuições: O estudo contribuiu à medida que esclarece, no teste de mediação, que a responsabilidade social corporativa medeia positivamente a relação entre a capacidade social e o desempenho social das empresas brasileiras. Somente integrar as partes interessadas nos processos decisórios e incluir suas necessidades na definição e realização dos objetivos sociais da organização não são suficientes para atender aos interesses de suas partes interessadas. Como implicação prática, as evidências da pesquisa empírica podem contribuir para elucidar discussões sobre a capacidade social auxiliar os gestores e diretores das empresas brasileiras a entender melhor o seu papel na distribuição de bens não financeiros.

Palavras-chave: Capacidade Social. Responsabilidade Social Corporativa. Desempenho Social. Empresas Brasileiras Listadas na B3.

Como citar:

Leão de Miranda, R., & Regina dos Santos Parisotto, I. (2023). Relação entre a Capacidade Social e o Desempenho Social das Empresas Brasileiras Mediada pela Responsabilidade Social Corporativa. *Advances in Scientific and Applied Accounting*, 16(1), 130–149/150. <https://doi.org/10.14392/asaa.2022160105>

Recebido: Novembro 15, 2021

Revisões requeridas: Dezembro 1, 2021

Submetido a segunda rodada Janeiro 10, 2023

Aceito: Abril 28, 2023

Introdução

A literatura da área de contabilidade e administração de empresas tem direcionado atenção aos estudos sobre o relacionamento entre empresas e partes interessadas (capacidade social), cujo foco é compreender como as empresas tratam e atendem aos interesses de suas partes envolvidas (Boaventura et al., 2020). Existe um forte diálogo entre questões emergentes da sociedade, as empresas, e a abordagem das partes interessadas no campo da administração (Mascena & Stocker, 2020). Para Freeman, Phillips, & Sisodia (2020), cada parte interessada contribui para o florescimento coletivo, pois, a criação de valor requer não apenas um objetivo conjunto, mas uma contribuição ativa das partes interessadas (Freudenreich, Lüdeke-Freund, & Schaltegger, 2020).

Para Phillips, Freeman e Wicks (2003), a discussão teórica baseada nas partes interessadas se preocupa quase que exclusivamente com a distribuição de valor financeiro, e subestima a distribuição de bens não financeiros. Na visão de Harrison et al. (2010), sem dúvida os resultados financeiros e materiais são importantes, porém eles não são as únicas formas de distribuição. Neste sentido, analisar os indicadores não financeiros é fundamental, principalmente os relacionados a responsabilidade social corporativa (RSC), desempenho social (DS) e os relacionamentos da empresa com seus diversos grupos de partes interessadas.

Existem estudos que evidenciam de forma isolada, os possíveis efeitos da relação e da participação das partes interessadas no desempenho social (Brown et al., 2016; Gunawan, 2015; Mitchell, Agle, & Wood, 1997; Nason, Bacq, & Gras, 2018; Mitchell, Agle, & Wood, 1997) e na responsabilidade social corporativa (Beldad, Seijdel, & Jong, 2019; Jones et al., 2018; Manetti, 2011; Moreno & Paternostro, 2010; Trapp, 2014). A literatura desta tríade proposta precisa de estudos qualitativos e quantitativos, pois conforme Aguinis e Glavas (2012), é preciso focar no nível organizacional, levando em consideração a responsabilidade social corporativa como variável mediadora.

Não há evidências claras na literatura sobre as relações aqui propostas, ou seja, ainda há uma lacuna no que concerne a verificar se a capacidade social das organizações (compostas pela Relação e Participação das partes interessadas) influencia diretamente o desempenho social, ou se, o resultado dessa interação é intensificado pela mediação das práticas de responsabilidade social corporativa. Diante das posições teóricas e da lacuna de

pesquisa, este estudo objetiva analisar a relação entre a capacidade social e o desempenho social, mediada pela responsabilidade social corporativa, no contexto das empresas brasileiras listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (B3).

Contudo, embora a literatura apresente avanços conceituais e empíricos, na prática as organizações ainda são desafiadas a responder holisticamente à chamada das partes interessadas (Matos & Silvestre, 2013), com vistas a distribuição de bens não financeiros. Neste contexto de bens não financeiros, para as empresas atingirem seu desempenho social, a capacidade social e a RSC tornam-se essenciais, principalmente quando o campo de conhecimento em questão vem sendo construído e amadurecido (Ribeiro & Costa, 2017), sendo que a sua validação empírica ainda é incipiente em algumas de suas proposições (Menezes, Vieira, & dos Santos, 2020).

2. Base teórica e hipóteses

A teoria das partes interessadas ampara a ideia de que identificar as partes interessadas e mapear suas expectativas e necessidades é essencial para que as empresas progridam em nível de desempenho social (Agudo-Valiente, Garcés-Ayerbe). O conceito de partes interessadas foi popularizado por Freeman, no ano de 1984, o qual aborda que qualquer grupo ou indivíduo pode afetar ou ser afetado pela conquista dos objetivos da empresa (Freeman, 1984). As organizações precisam gerar relacionamentos, riqueza e principalmente valor para todas as partes, não exclusivamente para os acionistas (Maon, Lindgreen, & Swaen, 2009).

Nas duas primeiras décadas do século XXI, um número crescente de empresas caminhou rumo a ações de responsabilidade social corporativa (RSC), com vistas a aumentar o valor da empresa, a construção de uma boa imagem, além do fortalecimento da relação com as partes interessadas (Freguete, Nossa, & Funchal, 2015; Servaes & Tamayo, 2013; Wang & Bansal, 2012). Consultar às partes interessadas para colocar em ação as práticas de RSC é importante, pois saber o que essas partes desejam, facilita a legitimação das atividades de uma empresa (Pedersen, 2006).

Ao longo dos anos, várias partes interessadas aumentaram a pressão para que todos os tipos de empresas participem de atividades relacionadas à

responsabilidade social corporativa (RSC) para cumprir obrigações sociais pela melhoria do desempenho social (Chen & Delmas, 2011). As empresas são vistas como tendo a obrigação de considerar as necessidades e desejos de longo prazo da sociedade, o que implica que elas se envolvam em atividades que promovam benefícios para a sociedade e minimizem os efeitos negativos de suas ações (Castelo Branco & Lima Rodrigues, 2007).

Por outro lado, a sociedade e o mercado recompensam ao longo do tempo as atividades sociais das empresas à medida que essas várias partes interessadas compreendem que a RSC é uma estratégia de gestão eficiente e benéfica (Falck & Heblich, 2007). O desempenho social pode ser definido como a mensuração dos resultados organizacionais nos domínios sociais com relação aos vários interessados, como funcionários, sociedade, clientes, acionistas etc. (Anser et al., 2020; Chen & Delmas, 2011).

Os estudos de Rhou, Singal, e Koh (2016) e Pätäri et al. (2014), evidenciaram que a RSC adotada por uma empresa, inicia quando a mesma passa a se preocupar com a influência de suas ações na sociedade como forma de manter e/ou ampliar seu diferencial frente a outras organizações. A adoção da RSC pode ser um ponto de partida para o desempenho social nas empresas que querem melhorar sua posição no mercado, dada a crescente exigência dos investidores pela RSC (Rexhepi, Kurtishi, & Bexheti, 2013).

Após décadas de muitos testes de hipóteses, uma das teses de que investir em responsabilidade social corporativa implica em um melhor desempenho social segue inconclusiva, à medida que pesquisadores em várias partes do mundo encontram evidências positivas, nulas e até mesmo negativas (Pradhan, Sharma, & Krishnamurthy, 2016; Rhou, Singal, & Koh, 2016; Wood, 2010).

A complexidade no ambiente de negócios tem levado as empresas a desenvolver práticas que contam com o envolvimento das partes interessadas, e isso têm se mostrado fonte potencial de desempenho social e criação de valor para as partes interessadas e para a sociedade como um todo (Freeman, Kujala, Sachs, & Stutz, 2017; Stocker et al., 2020). Neste contexto, a relação e a participação das partes interessadas na definição e realização dos objetivos sociais podem ser vistas como uma capacidade social que a empresa possui de estabelecer relacionamentos colaborativos com uma variedade de partes interessadas (Stocker et al., 2020).

À medida que as empresas permitem a participação das partes interessadas na tomada de decisão, isso possibilita dizer que as empresas desenvolvem e incluem um conjunto de iniciativas e práticas para envolver positivamente suas partes interessadas em suas atividades organizacionais (Greenwood, 2007). Para desenvolver esse diálogo com diferentes grupos de partes interessadas, os relatórios sociais publicados pelas empresas além de comunicar e disseminar informações sobre as ações sociais corporativas no que diz respeito às necessidades das partes interessadas (Torelli, Balluchi, & Furlotti, 2020) reforçam para as diversas partes o propósito firmado entre ambas (Stocker et al., 2020).

2.1 Desenvolvimento das Hipóteses

As empresas possuem relação com as partes interessadas a fim de conquistar cada vez mais a confiança no que tange as questões sociais (Brown et al., 2016). Para Freeman et al. (2017), a literatura ainda carece de exemplos da relação empresa e partes interessadas na prática, a fim de construir uma melhor teoria das partes interessadas e desmistificar para os executivos como as empresas deveriam envolver as partes interessadas para criar o máximo de valor possível, inclusive resultados satisfatórios de desempenho social. As empresas possuem bom desempenho por meio de uma rede de atores, cada um com sua participação nos processos e resultados da empresa (Freeman, 1984; Freeman et al., 2010).

Na literatura da teoria das partes interessadas, o equilíbrio de poder nas relações entre empresa e partes interessadas é um dos fatores frequentemente estudados e que determinam como as empresas tratam suas partes interessadas (Barnett, Henriques, & Husted, 2020; Boaventura et al., 2020;)As relações entre empresas e partes interessadas se confirmam no que foi apresentado por Tate e Bals (2018) como capacidade social, sendo uma das suas vertentes a Relação com as Partes Interessadas e a outra a Participação das partes Interessadas. A teoria das partes interessadas argumenta que, as partes interessadas são responsáveis por uma boa parte do desempenho social da empresa, ajudando ou ameaçando-a, implícita ou explicitamente (Boaventura et al., 2020). A percepção dos gestores às reivindicações das partes interessadas e às tentativas de influência é fundamental para compreender e definir as respostas organizacionais frente a estas necessidades, porém isto tem representado desafios para os gestores nas organizações (Weitzner & Deutsch, 2015).

No caso desta pesquisa, focada no desempenho

social, alguns estudos comprovaram que para atingir o desempenho esperado, a empresa precisa se esforçar na interação com as partes interessadas, visando atender às suas múltiplas expectativas (Charron, 2007; Luomahaaho, 2015; Lyra et al., 2009; Savage et al., 1991; Steurer, 2006;). Desta forma, as partes interessadas em diversos níveis colaboram para a efetiva organização, desempenho e controle das entidades organizacionais, suprindo recursos, gerando demandas e avaliando suas ações, criando um contexto de inter-relacionamento crucial para a sobrevivência das firmas (Abreu, Castro, & Lazaro, 2013).

O desempenho social das companhias está condicionado às pressões recebidas e percebidas por suas partes interessadas. Destarte, as partes interessadas demandam integridade, respeito, transparência e resultados (Waddock, 2003), evidenciando assim, que empresas que envolvem as partes interessadas em seus processos de negócios têm vantagens sobre as organizações que não possibilitam tais iniciativas (Beldad, Seijdel, & Jong, 2019). É neste contexto que é delineado a hipótese 1, visando compreender se:

Hipótese 1 – A Capacidade Social Exerce uma Relação Positiva e Significativa sobre o Desempenho Social das Empresas Brasileiras.

Nas últimas décadas, as empresas enfrentaram uma série de mudanças que impulsionaram o desenvolvimento de diferentes abordagens de gestão, dentre elas a responsabilidade social corporativa, que está alinhada com a teoria das partes interessadas (Boaventura et al., 2020). Para desenvolver um diálogo com as diversas partes interessadas, empresas em todo o mundo têm disseminado relatórios sociais para comunicar suas práticas de responsabilidade social corporativa (Campra, Esposito, & Lombardi, 2020).

Para Soschinski, Brandt e Klann (2019), as partes interessadas só consideram uma empresa socialmente responsável quando ela se envolve em questões sociais, e se mostra responsável para com a sociedade, voluntariamente. Neste sentido, de forma prática, destacam-se diversos indicadores que podem fornecer indícios sobre um comportamento responsável de uma empresa, por exemplo, a maneira como a empresa se relaciona com funcionários, governo, sociedade, ONGs etc. (Turker, 2009).

As partes interessadas são fundamentais, ao considerar que as práticas de RSC podem ser percebidas como uma

resposta à demanda destas partes (Soschinski, Brandt, & Klann, 2019). À medida que a empresa possibilita às partes interessadas ter relações e participar nas decisões, a empresa por meio de suas práticas se compromete a envolver as partes interessadas de maneira positiva nas atividades organizacionais (Greenwood, 2007). O resultado de tudo isso se resume a investir em práticas de RSC além de aumentar a lucratividade e criar operações com as partes interessadas, resultando em uma organização altamente competitiva, complexa e difícil para concorrência imitar (Maqbool & Bakr, 2019; Maqbool & Zameer, 2017).

Portanto, a compreensão sobre as práticas de RSC evoluiu, ultrapassando da conformidade legal para o alinhamento ativo das metas internas de negócios com aspirações das necessidades sociais definidas externamente (Sem & Cowley, 2013). Desta forma, com base nos estudos relacionados a capacidade social e responsabilidade social corporativa, apresenta-se a hipótese (H2) que visa testar a relação entre a capacidade social e a RSC das empresas brasileiras.

Hipótese 2 – A Capacidade Social Exerce uma Relação Positiva e Significativa sobre a Responsabilidade Social Corporativa das Empresas Brasileiras.

O compromisso com práticas de RSC contribui positivamente para o desempenho social (Abugre & Nyuur, 2015), e um nível alto de compromisso da empresa com RSC também gera um maior bem-estar da comunidade (Pradhan, Sharma, & Krishnamurthy, 2016). Em resumo, a responsabilidade social corporativa representa as práticas e o desempenho social reflete os resultados das políticas e práticas das organizações (Andrade et al., 2013; Chih, Chih, & Chen, 2010; Clarkson, 1995; Salazar et al., 2012).

Wood (2010), destaca que as empresas e a sociedade estabelecem uma relação de interação, relação essa em que o desempenho social pode agregar valor às organizações à medida que as empresas consideram as necessidades e desejos de longo prazo da sociedade, minimizando os efeitos negativos de suas ações (Castelo Branco & Lima Rodrigues, 2007). Há uma preocupação crescente entre todas as partes interessadas sobre questões sociais associadas a produtos, processo de fabricação, embalagem e distribuição, e com isso aumenta a pressão para que todos os tipos de empresas participem de atividades relacionadas à responsabilidade social corporativa (Chen & Delmas, 2011).

Para Wood (1991), o desempenho social corporativo é uma resposta das empresas com relação às expectativas e demandas das partes interessadas por práticas de RSC. Logo, a RSC adotada por uma empresa, inicia quando a mesma passa a se preocupar com a influência de suas ações na sociedade como forma de manter e/ou ampliar seu diferencial frente a outras organizações, e assim ela atinge seu objetivo maior que é atender às necessidades das várias partes interessadas (Rhou, Singal, & Koh, 2016).

O compromisso da empresa com práticas de responsabilidade social é considerado como um dos principais fatores que estimulam os gestores para a melhoria do bem-estar da sociedade, e a adoção da RSC pode ser também um ponto de partida para o desempenho social nas empresas que querem melhorar sua posição no mercado, dada a crescente exigência dos investidores pela RSC (Rexhepi, Kurtishi, & Bexheti, 2013).

A literatura que discute a relação entre responsabilidade social corporativa e desempenho social tem avançado no sentido de testar empiricamente a relação de causalidade, sendo que muitos estudos no contexto internacional testaram se a relação é positiva, negativa ou neutra. Porém, há nuances não explicadas plenamente em contextos específicos como o brasileiro, e a hipótese 3 deste estudo visa preencher essa lacuna com o olhar voltado às empresas brasileiras. Com base nas referências teóricas supracitadas, sugere-se a hipótese (H3) que visa testar a relação entre RSC e desempenho social das empresas brasileiras.

Hipótese 3 – A Responsabilidade Social Corporativa Exerce uma Relação Positiva e Significativa sobre o Desempenho Social das Empresas Brasileiras.

Como a RSC é um conceito em desenvolvimento, as organizações tendem a acreditar que a responsabilidade social não envolve apenas o respeito ao meio ambiente e ações de rentabilidade, mas também outros aspectos relacionados às necessidades sociais de suas partes interessadas (Valiente, Ayerbe, & Figueras, 2012). Freeman (1984), destaca que a empresa possui vários grupos com interesse legítimo nas suas operações, logo, as empresas não são administradas somente de acordo com os interesses dos seus acionistas, mas também das demais partes interessadas, que são definidas como qualquer grupo que possa afetar ou ser afetado pelo alcance dos objetivos organizacionais (Freeman, 1984).

Para Buchholtz e Carroll (2012), a proatividade em

relação às necessidades das partes interessadas (antecipar, planejar e iniciar) é melhor do que a reação, porque a pró ação é mais prática e menos onerosa do que simplesmente reagir aos problemas sociais uma vez que eles surgem. A elaboração de práticas de RSC nas organizações envolve inevitavelmente uma avaliação do que os outros exigem, esperam ou desejam delas (Carroll, 1991).

Os relacionamentos que a empresa mantém com as partes interessadas, ajuda a aumentar o seu desempenho, dentre eles o desempenho social e a competitividade (Jones et al., 2018). As partes interessadas estão cada vez mais demandando por práticas e comportamentos socialmente responsáveis das empresas (Kim & Kim, 2010; Orlitzky et al., 2011; Soschinski, Brandt, & Klann, 2019). Nesta linha de olhar a RSC como variável mediadora, Gallego-Álvarez e Ortas (2017), destacam que o relacionamento estabelecido entre organizações e partes interessadas concentra-se na relação entre ética e negócio, sendo que além de atender ao principal objetivo da empresa, gerar lucro, deve haver a preocupação sobre as demandas ambientais e principalmente no que tange ao desempenho social.

Há uma indicação clara na literatura que empresas que envolvem ativamente as partes interessadas nos esforços de RSC, e no processo de definição ou realização de alguns objetivos, são as que possuem maior potencial de gerar benefícios mútuos (Trapp, 2014). Como neste estudo, a “relação” e a “participação” das partes interessadas são consideradas como capacidade social da empresa, estes relacionamentos devem ir além de conhecer as expectativas e os desejos, e sim, envolver-se ativamente com as partes interessadas, envolvendo-as na tomada de decisões da empresa (Capriotti, 2011; Beldad, Seijdel, & Jong, 2019; Trapp, 2014;).

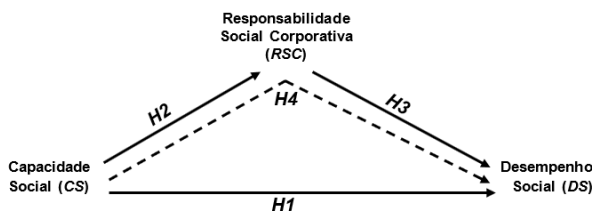
Ao considerar que as práticas de RSC podem ser percebidas como uma resposta à demanda das partes interessadas, salienta-se a importância de motivar a participação das partes interessadas nas decisões da empresa, mas também possibilitar que a necessidade destas partes influencie a definição e realização dos objetivos sociais (Mainardes, Alves & Raposo, 2011; Soschinski, Brandt, & Klann, 2019). Na ponta desta relação, o desempenho social é o objetivo que advém das práticas de RSC, a fim de alcançar resultados ou enfatizar os resultados de iniciativas socialmente responsáveis para com todas as partes interessadas envolvidas (Carroll, 1979; Wartick & Cochran, 1985; Wood, 1991).

Tendo em vista o exposto acerca de achados acadêmicos relacionando os construtos Responsabilidade Social Corporativa, Capacidade Social e Desempenho Social, a hipótese (H4) visa testar a RSC como uma variável mediadora, para assim verificar sua importância na relação capacidade social e desempenho social das empresas brasileiras.

Hipótese 4 – A Responsabilidade Social Corporativa Medeia Positivamente a Relação entre a Capacidade Social e o Desempenho Social das Empresas Brasileiras.

Diante das hipóteses apresentadas, a Figura 1 busca apresentar de forma gráfica as relações das hipóteses.

Figura 1. Modelo teórico da pesquisa



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

3. Metodologia

3.1 Delineamento da Pesquisa

Esta pesquisa se classifica como descritiva uma vez que busca descrever e analisar as dimensões da capacidade social das empresas brasileiras, incluindo a responsabilidade social corporativa, e suas influências no desempenho social. Para Kumar (2019), a pesquisa descritiva tenta descrever sistematicamente, uma situação, problema, fenômeno, serviço ou programa. Corroborando, Malhotra et al. (2012), destaca que os estudos na área de administração de natureza quantitativa-descritiva são rígidos na formulação de hipóteses e descrevem as características de determinados grupos de variáveis, servindo para fazer previsões exclusivas.

É considerada uma pesquisa quantitativa, visto que utiliza instrumentos estatísticos para a coleta e tratamento dos dados, além de testar estatisticamente as relações entre as variáveis (hipóteses) (Clark & Creswell, 2015). Para Richardson (2010), a pesquisa quantitativa emprega a quantificação no processo de coleta de informações e no seu tratamento, valendo-se de técnicas estatísticas, das

mais simples às mais complexas.

Quanto aos procedimentos, esta pesquisa pode ser classificada como levantamento ou survey, com corte transversal único, etapa na qual a coleta de dados é realizada em uma única vez, com uma amostra determinada (Hair Jr. et al., 2009; Malhotra et al., 2012), sendo a tabulação, análise e conclusões suportadas pela utilização de software estatístico (SPSS e AMOS). De acordo com Kerlinger (1980), os levantamentos possuem grande influência na pesquisa de ciências comportamentais, tendo sido utilizados para estudar populações por meio de amostras, visando descobrir a distribuição, incidência relativa e inter-relações entre variáveis tanto psicológicas como sociológicas, sendo uma ferramenta poderosa no teste de teorias e hipóteses.

3.2 População e Amostra da Pesquisa

Para Sekaran e Bougie (2010), e Kumar et al. (2019), o tamanho da amostra pode ser definido como o subconjunto de uma população ou número de respondentes necessário para garantir que haja uma quantidade de informações e assim tirar conclusões (Sekaran & Bougie, 2010). A composição da população de pesquisa é definida pela base de empresas listadas na Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros de São Paulo (B3) no ano de 2020. Para determinar o tamanho da amostra e assim tirar conclusões válidas dos resultados da pesquisa (Dattalo, 2008), foi utilizado o G*Power 3.1.9.4, software livre e frequentemente utilizado nas pesquisas de negócios e ciências sociais (Hair et al., 2014), para calcular o tamanho mínimo da amostra.

O cálculo do software G*Power 3.1.9.4 indicou um tamanho total da amostra de 77 empresas, que ajustada ao recomendado (dobro) passa a ser de 154 empresas (Hair et al., 2014). Assim, no ano de 2020, o universo total foi de 423 empresas distribuídas em diversos setores, e o número de respostas válidas recebidas foi de 211 empresas. Além disso, com a amostra de 211 empresas é possível proceder com a aplicação da análise fatorial confirmatória (AFC) e demais testes previstos pela técnica da MEE por meio do AMOS versão 22.0 (Hair et al., 2014).

3.3 Procedimentos de Coleta e Análise dos Dados

Os dados coletados são os relacionados às variáveis da pesquisa, conforme demonstrado na Tabela 1.

Tabela 1: Variáveis da pesquisa

Constructos de Segunda Ordem	Definição dos Constructos	Constructos Reflexivos de Primeira Ordem	Autores	Escala
CAPACIDADE SOCIAL (CS)	Capacidade Social: Trata-se da capacidade da empresa de avançar relacionamentos tanto internos quanto externos com partes interessadas, visando um desempenho socialmente responsável.	Relação com as Partes Interessadas (REPI) (Mede por meio de 7 questões o quanto as partes interessadas influenciam as decisões da empresa com relação aos objetivos sociais). Participação das Partes Interessadas (PAPI) (Mede por meio de 7 questões o quanto as partes interessadas participam da definição e realização dos objetivos sociais).	Mainardes, Alves, e Raposo (2011)	O gestor deveria considerar os últimos dois anos da empresa, e assim indicar a sua concordância conforme as opções abaixo: (1) Discordo Totalmente (2) Discordo Parcialmente (3) Não Concordo nem Discordo (4) Concordo Parcialmente (5) Concordo Totalmente
DESEMPENHO SOCIAL (DS)	O DS refere-se aos impactos da organização nos sistemas sociais nos quais ela opera. Os indicadores de desempenho social da Global Reporting Initiative – GRI são subdivididos em práticas trabalhistas, direitos humanos, sociedade e responsabilidade pelo produto.	Força de Trabalho (FT) (Mede por meio de 8 questões a eficácia da empresa em manter o local de trabalho saudável e seguro, mantendo a diversidade e a igualdade de oportunidades). Direitos Humanos (DH) (Mede por meio de 7 questões a eficácia da empresa em respeitar os direitos humanos). Sociedade (SOC) (Mede por meio de 8 questões o compromisso da empresa em analisar o impacto do negócio na comunidade local, respeitando a ética empresarial). Responsabilidade pelo Produto (RPP) (Mede por meio de 7 questões a eficácia da empresa no que tange ao impacto de seus produtos e serviços na saúde e segurança de seus clientes).	Chen, Feldmann, e Tang (2015)	O gestor deveria considerar os últimos dois anos da empresa, e assim indicar a sua concordância conforme as opções abaixo: (1) Discordo Totalmente (2) Discordo Parcialmente (3) Não Concordo nem Discordo (4) Concordo Parcialmente (5) Concordo Totalmente
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC)	A RSC é compreendida como comportamentos corporativos que visam afetar positivamente as partes interessadas e que vão além de seu interesse econômico.	Sago (Sociedade; Ambiente Natural; Gerações Futuras e ONGs) (SAGO) (Mede por meio de 6 questões o quanto a empresa possui de ações de responsabilidade social para com a Sociedade, Ambiente natural, Gerações futuras e ONGs). Funcionários (FUN) (Mede por meio de 5 questões o quanto a empresa possui de ações de responsabilidade social voltadas para os funcionários). Clientes (CLI) (Mede por meio de 5 questões o quanto a empresa possui de ações de responsabilidade social para com os clientes). Governo (GOV) (Mede por meio de 5 questões o quanto a empresa possui de ações de responsabilidade social para com o governo).	Turker (2009)	O gestor deveria considerar os últimos dois anos da empresa, e assim indicar em que GRAU a empresa praticava tais ações conforme as opções abaixo: (1) Nunca (2) Raramente (3) Ocasionalmente (4) Frequentemente (5) Muito Frequentemente

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Com a lista das empresas, o processo de coleta se iniciou, e o segundo passo foi encontrar os (CEO, Diretores, Gerente Geral, Coordenadores, Analistas etc.) na plataforma *LinkedIn*®. A estratégia utilizada para contatar e enviar os questionários, foi encaminhá-los primeiro para os CEO; à medida que estes aceitavam o convite, logo o pesquisador encaminhava a seguinte mensagem “Grato pelo aceite, conto com sua colaboração e estou à disposição para eventuais dúvidas sobre a pesquisa”. Após o primeiro contato, o pesquisador retornava com uma mensagem no chat.

Para que os participantes desta pesquisa pudessem ter clareza sobre o questionário que iriam responder e o que estariam respondendo, foram apresentadas no cabeçalho do *Google Forms* informações relevantes sobre a pesquisa. Destacou-se que as respostas eram confidenciais e não seriam divulgadas à medida que não se identificou o nome do respondente nem a sua empresa. A participação foi isenta de despesas, da mesma forma que o respondente não seria remunerado(a) pela participação na pesquisa.

O respondente poderia consultar o pesquisador responsável sempre que entendesse necessário obter informações sobre a pesquisa e a sua participação.

Quando os respondentes não tinham tempo para responder ou não queriam responder, diante das mensagens enviadas pelos autores, alguns retornavam pedindo para retirar eles do radar da pesquisa e ou destacando que com a pandemia, a carga de trabalho em *home office* dobrou e por isso não estavam mais respondendo pesquisas. Após transcorrido esse primeiro contato e sem obter resposta da devida empresa, o pesquisador contactava outros possíveis respondentes (Diretores, Gerentes, Coordenadores, Analistas etc.).

Porém, as pessoas que nunca responderam as mensagens, quando o pesquisador enviava para um novo respondente, encaminhava via chat para o contato anterior, uma mensagem agradecendo o aceite do convite e solicitando que não respondesse mais a pesquisa, que devido à demora no preenchimento a mesma tinha sido

enviada a um novo funcionário da empresa.

Transcorrido o tempo de coleta de dados que foi de cinco meses, entre fevereiro e junho de 2021, as respostas obtidas por meio do questionário foram provenientes da alta administração (CEOs, diretores, gerentes etc.). Quando se foca na alta administração é possível dizer que a seleção cuidadosa dos entrevistados gera mais robustez do que o tamanho da amostra (Boreham et al., 2020).

Este estudo utilizou-se da Modelagem de Equações Estruturais, técnica que auxilia na análise das relações

causais entre os constructos estudados (Malhotra et al., 2012). Modelagens do tipo MEE são adequadas para investigar as relações complexas existentes entre os vários constructos de um estudo (Hair Jr. et al., 2009). Um dos pontos mais importantes da MEE é que ela possibilita a análise das relações entre os vários constructos latentes, que podem ser examinados de forma a reduzir o erro no modelo a ser testado (Hair Jr. et al., 2009). Portanto, os métodos estatísticos utilizados neste estudo visam garantir a objetividade dos resultados, buscando gerar respostas precisas aos objetivos propostos (Richardson, 2010). A Tabela 2 apresenta um resumo dos indicadores utilizados na rotação da modelagem de equações estruturais.

Tabela 2: Índices de ajustamento global

ÍNDICES DE AJUSTE ABSOLUTO			AUTORES
Indicadores	Descrição	Valores Adequados	
<i>Quociente χ^2 / Graus de Liberdade (GL)</i>	Somente o Qui-Quadrado (χ^2), representa a diferença entre as matrizes observada e estimada. Contudo, para amostras maiores que 200 casos não é utilizado (Kline, 2015) e é um indicador sensível a modelos complexos, não podendo ser analisado isoladamente. Neste estudo é substituído por χ^2/ gl .	≤ 5	Hair et al. (2009)
<i>p – Significância</i>	Indica a significância do modelo.	<0,05	
<i>Goodness of Fit Index (GFI)</i>	Índice de qualidade de ajuste varia de 0 (ajuste fraco) a 1 (ideal) e permite a comparação dos resíduos das matrizes observadas e estimadas. Portanto, indica o grau de ajustamento geral do modelo, a qual compara os resíduos da matriz observada e estimada.	> 0,90	Garver e Mentzer (1999)
<i>Adjusted Goodness-of-fit (AGFI)</i>	É uma extensão do GFI pois leva em conta diferentes graus de complexidade do modelo, ajustando o GFI por proporção entre os graus de liberdade usados em um modelo e o número total de graus de liberdade disponíveis. O AGFI penaliza modelos mais complexos e favorece aqueles com um número mínimo de caminhos livres.	> 0,90	
<i>Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	Utilizado para verificar a correção da tendência apresentada pelo χ^2 de rejeitar o modelo a partir de grandes amostras ou grande número de variáveis observadas. Portanto, representa a diferença entre as matrizes observada e estimada de acordo com os graus de liberdade (gl).	< 0,08	Kline (2015)
ÍNDICES DE AJUSTE INCREMENTAL			Marôco (2010)
Indicadores	Descrição	Valores Adequados	
<i>Tucker-Lewis Coefficient (TLI)</i>	Apresenta uma medida de parcimônia entre os índices do modelo proposto e do modelo nulo. Varia de zero a um.	> 0,90	
<i>Comparative Fit Index (CFI)</i>	Compara de forma geral o modelo estimado e o modelo nulo, considerando valores mais próximos de um como indicadores de ajustamento satisfatório. Portanto, esta medida provém de uma estimativa do ajustamento do modelo, corrigida pelo tamanho da amostra, sendo recomendada para avaliar o ajuste geral do modelo em teste.	> 0,90	
ANÁLISE DE CONFIABILIDADE			Bagozzi e Phillips (1982)
Indicadores	Descrição	Valores Adequados	
<i>Alfa de Cronbach</i>	O coeficiente α é uma estimativa da confiabilidade de uma medida não considera os erros nos indicadores.	> 0,6	
<i>Confiabilidade Composta</i>	É uma medida de consistência interna dos itens.	> 0,7	
<i>Variância Média Extraída</i>	Representa uma medida de confiabilidade que indica a quantidade geral de variância nos indicadores explicada pelo constructo latente.	> 0,5	
VALIDADE DISCRIMINANTE			
Bagozzi e Phillips (1982)	Analisa a distinção dos valores do (χ^2) do modelo fixo e do modelo livre e indica, portanto, se todas as dimensões consideradas no estudo possuem conceitos diferentes, com diferenças estatisticamente significativas de $\Delta\chi^2$ ($p < 0,05$).		

Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Por fim, a análise dos dados aconteceu em quatro momentos: 1ª análise do viés do método comum, 2ª análise descritiva dos respondentes e de perfil das empresas e análise fatorial confirmatória (AFC), cujo objetivo é testar a validade e confiabilidade dos constructos; 3ª validade discriminante e 4ª modelagem por equações estruturais, que analisa a relação entre os constructos independentes e os dependentes para confirmação ou rejeição das hipóteses.

4 Descrição e Análise dos Resultados

4.1 Análise do Viés do Método Comum

O teste de Harman é um dos mais antigos e continua sendo um dos mais usados nas ciências sociais aplicadas. Este teste também é conhecido como teste de um fator, no qual inclui todos os itens na mesma análise, empregando o método de componentes principais não rotacionado, com número fixo de fator (1). Logo, se considera que existe viés quando a solução resulta em um único fator extraído ou quando um único fator extrai a maior parte da variância do conjunto de variáveis (Bido, Mantovani, & Cohen, 2018; Podsakoff et al., 2003;). A Tabela 3 apresenta a variância total explicada, fixada em um fator.

Tabela 3: Teste do viés comum do método de Harman

Componente	Valores Próprios Iniciais			Somadas de Extração de Carregamentos ao Quadrado		
	Total	% de Variância	% Cumulativa	Total	% de Variância	% Cumulativa
1	23,898	36,766	36,766	23,898	36,766	36,766
2	3,863	5,942	42,709			
3	2,586	3,979	46,688			
4	1,962	3,019	49,707			
5	1,896	2,917	52,623			
6	1,683	2,589	55,212			
7	1,513	2,327	57,539			
8	1,424	2,191	59,731			
9	1,377	2,118	61,848			
10	1,280	1,969	63,817			
11	1,183	1,820	65,637			
12	1,117	1,718	67,355			
13	1,100	1,692	69,047			
14	1,011	1,556	70,603			
15	,971	1,495	72,097			
16	,902	1,387	73,484			
17	,889	1,367	74,851			
18	,832	1,279	76,131			
19	,749	1,152	77,283			
20	,714	1,098	78,381			
21	,694	1,068	79,449			
22	,674	1,036	80,485			
23	,666	1,024	81,509			

24	,634	,975	82,485			
25	,613	,944	83,428			
26	,575	,884	84,312			
27	,546	,841	85,153			
28	,528	,813	85,966			
29	,517	,795	86,761			
30	,494	,761	87,521			
31	,476	,733	88,254			
32	,442	,681	88,935			
33	,419	,645	89,579			
34	,403	,620	90,199			
35	,375	,578	90,777			
36	,370	,570	91,346			
37	,362	,556	91,903			
38	,342	,526	92,429			
39	,322	,495	92,924			
40	,310	,477	93,402			
41	,298	,459	93,860			
42	,291	,447	94,308			
43	,268	,412	94,720			
44	,261	,401	95,121			
45	,256	,394	95,515			
46	,244	,375	95,890			
47	,228	,351	96,241			
48	,218	,335	96,576			
49	,212	,326	96,901			
50	,188	,289	97,191			
51	,181	,279	97,469			
52	,176	,270	97,740			
53	,162	,249	97,988			
54	,156	,240	98,229			
55	,147	,226	98,455			
56	,144	,222	98,677			
57	,127	,195	98,872			
58	,123	,190	99,061			
59	,107	,165	99,227			
60	,104	,160	99,387			
61	,091	,141	99,528			
62	,086	,132	99,660			
63	,077	,118	99,778			
64	,074	,113	99,891			
65	,071	,109	100,000			

Fonte: Dados da pesquisa (2021) – Software SPSS.

Com base na Tabela 3, não foi possível detectar o autorrelato do respondente, que é quando a mesma pessoa responde tanto as questões consideradas como variáveis independentes quanto as dependentes. A análise resultou em 65 fatores e um % de variância no primeiro fator de 36,766, não havendo concentração de variância em apenas um fator. Portanto, considera-se que não há problemas de viés do método para a amostra pesquisada (Bido, Mantovani, & Cohen, 2018). O tópico seguinte se dedica a apresentar a estatística descritiva e análise fatorial confirmatória (AFC).

4.2 Estatísticas Descritivas e Análise Fatorial Confirmatória (AFC)

O maior número de empresas constantes na amostra

pertence ao ramo de Serviços (28,9%), seguido da Indústria (27,5%), enquanto o setor com menor número de empresas participantes foi o Comércio (4,3%). A maior parte das empresas atuam no mercado a partir de 1991 (34,1%) seguido das empresas fundadas entre 1951 e 1990 (18%). Apenas 8,1% das empresas possuem mais de 110 anos de atuação no mercado. A maioria das empresas possui acima de 500 funcionários (79,6%), e 8,5% das empresas possuem até 150 funcionários. Das empresas que compõe a amostra desta pesquisa, 47,9% delas integram o ISE contra 52,1% não integrantes. E 72% dos respondentes desta pesquisa possuem cargos na alta administração das empresas (CEO, Vice-Presidente, Diretor e Gerente geral).

Posterior a análise descritiva da amostra, tem-se à análise fatorial confirmatória (AFC) do modelo de medição, a qual é uma forma de verificar se as variáveis observadas são capazes de medir o construto latente, bem como averiguar se as variáveis latentes são distintas e aceitáveis para formar um modelo estrutural (Anderson & Gerbing, 1982). Como a AFC é uma técnica estatística que permite verificar a carga padronizada, o erro padrão, o *t-values*, e a significância do indicador com o modelo de medida em que está alocado (Hair Jr. et al., 2009). Segundo Anderson, Gerbing, e Hunter (1987), AFC é a forma considerada mais rigorosa se comparado à análise fatorial exploratória (AFE) que verifica os índices construto por construto. A Tabela 4 apresenta as dimensões / variáveis de medição inicial.

Tabela 4: Dimensões e variáveis de medição inicial

Caminhos Estruturais Finais		Carga Padronizada	Erro Padrão	t-values	Sig
REPI	REPI1	0,764	---	---	---
	REPI2	0,724	0,090	10,810	***
	REPI3	0,198	0,136	2,769	0,006
	REPI4	0,172	0,133	2,407	0,016
	REPI5	0,224	0,136	3,134	0,002
	REPI6	0,735	0,091	10,997	***
	REPI7	0,794	0,081	12,042	***
PAPI	PAPI1	0,762	---	---	---
	PAPI2	0,699	0,104	10,363	***
	PAPI3	0,838	0,086	12,773	***
	PAPI4	0,807	0,086	12,224	***
	PAPI5	0,727	0,087	10,829	***
	PAPI6	0,410	0,113	5,821	***
	PAPI7	0,543	0,107	7,844	***
FT	FT1	0,589	---	---	---
	FT2	0,489	0,140	6,200	***
	FT3	-0,244	0,164	-3,325	***
	FT4	0,705	0,162	8,176	***
	FT5	0,503	0,160	6,338	***
	FT6	0,623	0,156	7,485	***
	FT7	0,759	0,176	8,595	***
	FT8	0,537	0,144	6,682	***

DH	DH1	0,692	---	---	---
	DH2	0,658	0,085	8,987	***
	DH3	0,727	0,106	9,877	***
	DH4	0,613	0,076	8,399	***
	DH5	0,781	0,105	10,573	***
	DH6	0,850	0,081	11,425	***
	DH7	0,673	0,082	9,182	***
SOC	SOC1	0,798	---	---	---
	SOC2	0,847	0,071	14,150	***
	SOC3	0,848	0,065	14,165	***
	SOC4	0,669	0,057	10,396	***
	SOC5	0,574	0,062	8,671	***
	SOC6	0,202	0,100	2,857	0,004
	SOC7	0,674	0,061	10,502	***
	SOC8	0,431	0,081	6,298	***
RPP	RPP1	0,790	---	---	---
	RPP2	0,689	0,086	10,379	***
	RPP3	0,493	0,086	7,096	***
	RPP4	0,587	0,091	8,624	***
	RPP5	0,582	0,084	8,530	***
	RPP6	0,641	0,094	9,537	***
	RPP7	0,724	0,087	11,001	***
SAGO	SAGO1	0,784	---	---	---
	SAGO2	0,783	0,084	12,449	***
	SAGO3	0,733	0,095	11,457	***
	SAGO4	0,852	0,083	13,892	***
	SAGO5	0,795	0,097	12,685	***
	SAGO6	0,853	0,089	13,908	***
FUN	FUN1	0,708	---	---	---
	FUN2	0,874	0,085	12,175	***
	FUN3	0,821	0,093	11,462	***
	FUN4	0,628	0,071	8,785	***
	FUN5	0,669	0,066	9,361	***
CLI	CLI1	0,762	---	---	---
	CLI2	0,786	0,078	11,851	***
	CLI3	0,874	0,067	13,394	***
	CLI4	0,804	0,079	12,167	***
	CLI5	0,735	0,088	10,960	***
GOV	GOV1	0,742	---	---	---
	GOV2	0,495	0,216	6,751	***
	GOV3	0,667	0,128	9,149	***
	GOV4	0,732	0,121	10,044	***
		0,668	0,148	9,169	***

Legenda: REPI: Relação com as Partes Interessadas; PAPI: Participação das Partes Interessadas; FT: Força de Trabalho; DH: Direitos Humanos; SOC: Sociedade; RPP: Responsabilidade pelo Produto; SAGO: Sociedade; Ambiente Natural; Gerações Futuras e ONGs; FUN: Funcionários; CLI: Clientes; GOV: Governo. Significância: *** *p-value* a nível de 0,000.

Fonte: Dados da pesquisa (2021) – Software Amos. (---) Valores iniciais fixados em 1,00.

Diante dos valores apresentados na Tabela 4, percebe-se que ao todo são 65 variáveis distribuídas em 10 dimensões e 3 constructos. A literatura recomenda que a carga padronizada (fatorial) de cada item precisa estar com valor em ou acima de 0,70, porém, ressalva que em modelos exploratórios ou complexos, cargas fatoriais acima de 0,50 também são aceitáveis (Hair Jr.

et al., 2009). Neste caso, tanto cargas acima de 0,50 ou acima de 0,70 indicam que as variáveis representam o construto, pois são altos os carregamentos padronizados quando comparados com seus respectivos termos de erro (Hair Jr. et al., 2009).

Além de analisar as cargas padronizadas, o pesquisador precisa estar atento ao valor t, pois a estatística *t-values* orienta que quanto maior o valor t maiores serão as chances de a variável se ajustar à escala a que pertence, além de ser considerada significativa no nível de 0,05. Em ciências sociais e comportamentais a significância é geralmente aceita em 0,05 (5%) (Hair Jr. et al., 2009). Portanto, quando se olha o modelo como um todo, a decisão de cortar / excluir as variáveis não se deve basear em uma única estatística, mas em um conjunto delas (Hair Jr. et al., 2009). Conforme a análise desse conjunto de estatísticas citado acima, a Tabela 2 destaca em tom de verde escuro, as variáveis selecionadas para serem retiradas do modelo (Kline, 2005).

Assim sendo, os valores de *t-values* e significância (p) de todas as variáveis estão dentro do recomendado pela literatura (Hair Jr. et al., 2009). As dimensões que formam o modelo completo possuem no mínimo quatro variáveis por dimensão, viabilizando o teste do modelo estrutural apresentado na Figura 1. A Tabela 5 apresenta os índices de ajuste iniciais e finais do modelo de medição.

Tabela 5: Índices de ajuste iniciais e finais do modelo de medição

Medidas de Ajuste	Nível Encontrado Modelo Inicial	Nível Encontrado Modelo Final
$\chi^2 e p$	4194,557, $p < 0,000$	2026,440, $p < 0,000$
GL	1970	900
χ^2/GL	2,129	2,252
GFI	0,63	0,72
AGFI	0,59	0,67
TLI	0,74	0,82
CFI	0,75	0,84
RMSEA	0,07	0,08

Fonte: Dados da pesquisa (2021) – *Software Amos*.

Em termos gerais, o modelo de medição possui índices de ajuste aceitáveis, alcançando um nível de aceitação periférica para tais índices, por exemplo, *Comparative Fit Index CFI* = 0,84, *Tucker-Lewis TLI* = 0,82 (Hair Jr. et al., 2009). Já os índices *Root Mean Square Error of Approximation RMSEA* = 0,08 e χ^2/GL (≤ 5) ficaram dentro dos parâmetros sugerido pela literatura (Hair Jr. et al., 2009). Os índices de ajuste AGFI e GFI ficaram bem abaixo do recomendado pela literatura ($>0,90$), mas segundo Hair Jr. et al. (2009), a análise do modelo de mensuração deve levar em conta várias estatísticas, e não

se basear em apenas um ou dois índices.

A Tabela 6 destaca os valores antes do refinamento e depois do refinamento dos índices de validade convergente (alfa de Cronbach, confiabilidade composta e variância média extraída) de cada dimensão do modelo.

Tabela 6: Índices finais de validade convergente do modelo

Construtos de Primeira Ordem	Antes do Refinamento			Depois do Refinamento		
	Alfa de Cronbach	Confiabilidade Composta	AVE	Alfa de Cronbach	Confiabilidade Composta	AVE
REPI	0,71	0,74	0,34	0,84	0,84	0,57
PAPI	0,86	0,86	0,49	0,87	0,88	0,59
FT	0,70	0,75	0,33	0,75	0,75	0,43
DH	0,88	0,88	0,51	0,85	0,86	0,55
SOC	0,82	0,85	0,44	0,88	0,88	0,66
RPP	0,84	0,83	0,42	0,81	0,80	0,50
SAGO	0,91	0,91	0,64	0,91	0,91	0,64
FUN	0,85	0,86	0,56	0,85	0,86	0,61
CLI	0,89	0,89	0,63	0,89	0,89	0,63
GOV	0,75	0,80	0,40	0,79	0,80	0,50

Legenda: REPI: Relação com as Partes Interessadas; PAPI: Participação das Partes Interessadas; FT: Força de Trabalho; DH: Direitos Humanos; SOC: Sociedade; RPP: Responsabilidade pelo Produto; SAGO: Sociedade; Ambiente Natural; Gerações Futuras e ONGs; FUN: Funcionários; CLI: Clientes; GOV: Governo.

Fonte: Dados da pesquisa (2021) – *Software Amos*.

De acordo com a Tabela 6, as escalas apresentaram *Alfa de Cronbach* aceitável com valores acima de 0,60 que está de acordo com o sugerido na literatura. Já a confiabilidade composta também está acima do recomendado pela literatura que é de 0,70. Por fim, a AVE apresentou valores acima de 0,50 (Hair Jr. et al., 2009), exceto na dimensão FT, porém segundo Hair Jr. et al. (2009), é preciso olhar todos os índices e se na grande maioria as dimensões estão dentro do recomendado, considera-se que existe validade convergente. O tópico seguinte visa abordar a validade discriminante das dimensões pelo critério de Bagozzi e Phillips (1982).

4.3 Validade Discriminante

Para a identificação de validade discriminante entre as dimensões, foi utilizado o método sugerido por Bagozzi e Phillips (1982). Sob esta abordagem, a validade discriminante deve ser testada de duas maneiras: (1) pelo modelo livre (sem restrição), em que os parâmetros analisados não são fixados em 1 para obter-se o qui-quadrado (χ^2), e (2) a partir de um modelo fixo (com restrição), em que o caminho objeto de análise e os constructos são fixados em 1 para a obtenção do qui-quadrado (χ^2). A significância ($p < 0,05$) das diferenças

é o que valida os constructos de mensuração. A Tabela 7 apresenta os resultados dos testes realizados para a análise da validade discriminante dos constructos finais de mensuração, pelo critério de Bagozzi e Phillips (1982).

Tabela 7: Validade discriminante pelo critério de Bagozzi e Phillips (1982)

Análise em Pares		Sem Restrição		Com Restrição		Δx²	Sig (p<0,05)
		x²	gl	x²	gl		
REPI	PAPI	109,929	26	137,508	27	27,579	0,000
	FT	48,931	19	109,107	20	60,176	0,000
	DH	107,563	26	138,410	27	30,847	0,000
	SOC	75,014	19	94,250	20	19,236	0,000
	RPP	62,809	19	107,072	20	44,263	0,000
	SAGO	223,916	34	267,217	35	43,301	0,000
	FUN	57,017	19	84,754	20	27,737	0,000
	CLI	60,214	26	142,552	27	82,338	0,000
PAPI	GOV	42,435	19	115,78	20	73,345	0,000
	FT	82,957	26	138,146	27	55,189	0,000
	DH	111,643	34	143,24	35	31,597	0,000
	SOC	79,402	26	102,145	27	22,743	0,000
	RPP	59,033	26	109,209	27	50,176	0,000
	SAGO	229,598	43	276,82	44	47,222	0,000
	FUN	53,055	26	83,780	27	30,725	0,000
	CLI	67,117	34	156,108	35	88,991	0,000
FT	GOV	59,294	26	178,463	27	119,169	0,000
	DH	128,388	26	160,696	27	32,308	0,000
	SOC	36,948	19	73,776	20	36,828	0,000
	RPP	45,712	19	94,472	20	48,760	0,000
	SAGO	209,703	34	265,186	35	55,483	0,000
	FUN	45,574	19	73,359	20	27,785	0,000
	CLI	82,878	26	159,936	27	77,058	0,000
		39,680	19	171,400	20	131,72	0,000
DH	SOC	89,130	26	96,507	27	7,377	0,007
	RPP	113,034	26	134,690	27	21,656	0,000
	SAGO	305,663	43	333,074	44	27,411	0,000
	FUN	132,031	26	144,756	27	12,725	0,000
	CLI	132,680	34	190,999	35	58,319	0,000
	GOV	94,622	26	186,204	27	91,582	0,000
	RPP	69,079	19	91,643	20	22,564	0,000
	SAGO	224,201	34	241,408	35	17,207	0,000
SOC	FUN	33,632	19	42,471	20	8,839	0,003
	CLI	87,207	26	147,8	27	60,593	0,000
	GOV	58,147	19	148,708	20	90,561	0,000
	SAGO	225,834	34	265,575	35	39,741	0,000
RPP	FUN	31,952	19	55,201	20	23,249	0,000
	CLI	50,691	26	109,22	27	58,529	0,000
		28,899	19	99,104	20	70,205	0,000
SAGO	FUN	204,785	34	232,361	35	27,576	0,000
	CLI	259,746	43	337,412	44	77,666	0,000
	GOV	208,771	34	307,754	35	98,983	0,000
FUN	CLI	70,434	26	117,254	27	46,82	0,000
	GOV	49,104	19	133,685	20	84,581	0,000
CLI	GOV	62,817	26	152,244	27	89,427	0,000

Legenda: REPI: Relação com as Partes Interessadas; PAPI: Participação das Partes Interessadas; FT: Força de Trabalho; DH: Direitos Humanos; SOC: Sociedade; RPP: Responsabilidade pelo Produto; SAGO: Sociedade; Ambiente Natural; Gerações Futuras e ONGs; FUN: Funcionários; CLI: Clientes; GOV: Governo. Significância: *** p-value a nível de 0,000.

Fonte: Dados da pesquisa (2021) – Software Amos.

Conforme a Tabela 7, o teste foi realizado em pares de construtos de primeira ordem, e com isso foi possível analisar a distinção dos valores do (χ²) do modelo fixo e do modelo livre, indicando, portanto, que todas as dimensões consideradas nesse estudo possuem conceitos diferentes, com diferenças estatisticamente significativas de Δx² (p < 0,05). Dessa forma, por esse critério, a validade discriminante entre os constructos foi confirmada.

4.4 Teste das Hipóteses da Pesquisa (MEE)

Neste tópico, são apresentados os resultados das quatro hipóteses da pesquisa, a partir da teoria das partes interessadas e dos principais argumentos relacionados a capacidade social, desempenho social e responsabilidade social corporativa. Depois de realizadas a análise descritiva, a AFC, a validade convergente, a análise de validade discriminante, e em posse do modelo estrutural final, apresenta-se na tabela 8 o resultado das hipóteses.

Tabela 8: Testes de hipóteses

Hipóteses	Variável Independente	Variável Dependente	Coefficiente da Regressão	Erro Padrão	t-values	Sig	R²	Status
H2	CS	RSC	0,781	0,062	7,67	***	0,609	Não Rejeitada
H1	CS	DS	0,075	0,078	1,031	0,303	0,926	Rejeitada
H3	RSC	DS	0,903	0,232	6,811	***		Não Rejeitada
H4	CS => RSC => DS		0,705	-	-	0,012		Não Rejeitada

Legenda: CS: Capacidade Social; RSC: Responsabilidade Social Corporativa; DS: Desempenho Social. R² é da variável dependente. Significância: *** p-value a nível de 0,000.

Fonte: Dados da pesquisa (2021) – Software Amos.

Identifica-se que o impacto direto da variável independente (CS) sobre a variável dependente (DS) é insignificante, com um β padronizado de 0,075; p-value < 0,303. Nesta relação tem-se de um lado as empresas tentando obter resultados de desempenho social e do outro, as partes interessadas tentando se relacionar e participar da definição, realização e decisões da empresa com relação aos objetivos sociais. Diante disso, verifica-se que a hipótese 1 foi rejeitada, visto que a capacidade social influência o desempenho social apenas indiretamente, por meio das práticas de RSC.

O resultado da hipótese 1 encontrado nas empresas brasileiras analisadas, vai na contramão do que destacam Luoma-aho (2015), Lyra et al. (2009), Steurer (2006), Charron (2007), Savage et al. (1991), que para se atingir o esperado desempenho, as empresas precisam se esforçar na interação com as partes interessadas, com vistas a atender às suas múltiplas expectativas. Porém,

não se descarta que empresas brasileiras possuam relação com as partes interessadas a fim de conquistar a confiança no que tange as questões sociais (Brown et al., 2016; Severgnini, Galdaméz, & Moraes, 2018), porém precisam de algo a mais (práticas de RSC) para essa relação se confirmar.

A relação analisada na hipótese 2 não foi rejeitada e evidenciou coeficientes significantes ($p < 0,001$). Neste caso, entende-se que a capacidade social influencia a responsabilidade social corporativa ($\beta = 0,781$). Neste fato a capacidade social explica aproximadamente 61% das práticas de responsabilidade social corporativa das empresas brasileiras analisadas.

A evidência da hipótese 2 possibilita reforçar o que Boaventura et al. (2020) destaca, que as empresas enfrentam uma série de mudanças, dentre elas o desenvolvimento de diferentes práticas de gestão e de responsabilidade social corporativa, na qual as partes interessadas são participantes. No estudo de Kim e Kim (2010), e Orlitzky et al. (2011), também foi identificado que as partes interessadas demandam mais e mais práticas e comportamentos socialmente responsável por parte das empresas.

Como a capacidade social influencia em aproximadamente 78% as práticas de responsabilidade social corporativa, este achado em empresas brasileiras, faz jus quando são destacadas as pressões exercidas pelas partes interessadas por práticas empresariais socialmente responsável, fazendo com que as empresas se adaptem e atuem voluntariamente nesse sentido (Mainardes, Alves, & Raposo, 2011; Soschinski, Brandt, & Klann, 2019).

À medida que as empresas possuem a capacidade de dialogar e trabalhar em prol das questões sociais em conjunto com as partes interessadas, elas são capazes de investir no seu crescimento sustentável visando criar uma vida melhor para as gerações futuras, destacando suas responsabilidades sociais para a sociedade (Turker, 2009). Com isso a empresa além de gerar lucro, possui a preocupação sobre as demandas ambientais e principalmente sociais (Gallego-Álvarez & Ortas, 2017).

A relação testada na hipótese 3 também não foi rejeitada, e evidenciou coeficientes significantes ($p < 0,001$). Há evidências de que a responsabilidade social corporativa influencia o desempenho social corporativo ($\beta = 0,903$). Percebe-se um alto poder explicativo (0,926) da variável independente sobre a dependente, e isso se dá pelo fato de estar sendo cruzado práticas de RSC que se bem

aplicadas resultam em um bom desempenho social das empresas. Esse argumento é justificado à medida que as empresas praticam atividades relacionadas à responsabilidade social corporativa (RSC) para cumprir obrigações sociais pela melhoria do desempenho social (Chen & Delmas, 2011).

Na amostra analisada isso se comprova, as práticas de RSC que as empresas usam para cumprir obrigações sociais e pela melhoria do desempenho social, influenciam em aproximadamente 91% no cenário brasileiro. Desse modo, o desempenho social é o resultado de práticas de responsabilidade social organizacional para com os vários partícipes da organização (Chen & Delmas, 2011; Anser et al., 2020). A partir desta relação, tem-se evidências da melhora no diálogo entre as empresas e a sociedade, a fim de proporcionar benefícios conjuntos e permanentes, visto que isto pode ser percebido nas empresas que apoiam organizações não-governamentais, auxiliando na promoção de saúde e educação, em áreas problemáticas como comunidades carentes.

À medida que as empresas brasileiras têm como prática incentivar de forma frequente que os seus funcionários participem de atividades voluntárias, respeitar os direitos do consumidor além dos requisitos legais, e cumprir com os regulamentos legais e obrigações perante o estado, elas estão cuidando de partes interessadas interna e externas importantíssimas no andamento da engrenagem chamada empresa. Portanto, o compromisso com práticas de RSC contribui positivamente para o desempenho social (Abugre & Nyuur, 2015), pois um nível alto de compromisso da empresa com RSC gera um maior bem-estar da comunidade (Pradhan, Sharma, & Krishnamurthy, 2016), e a partir deste movimento que é agregado valor às organizações (Wood, 2010).

A última hipótese deste estudo, a hipótese 4, analisa a influência da variável independente capacidade social (CS) sobre a variável dependente desempenho social (DS) na existência da variável mediadora responsabilidade social corporativa (RSC).

Baron e Kenny (1986), recomenda alguns passos para analisar a mediação: no primeiro momento, a variável independente precisa afetar significativamente a variável dependente na ausência da variável mediadora; no segundo momento, a variável independente deve afetar significativamente a variável mediadora, em um terceiro momento, a variável mediadora necessita afetar significativamente a variável dependente; e finalmente, no quarto momento, o efeito da variável

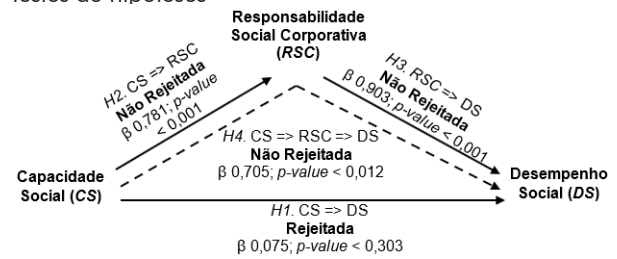
independente sobre a variável dependente enfraquece ou torna-se insignificante no momento da adição da variável mediadora. Neste caso, observa-se que o efeito da variável independente sobre a variável dependente tornou-se insignificante no momento da adição da variável mediadora, isso Baron e Kenny (1986), chamam de mediação total.

Como observado nas últimas três hipóteses seguiu-se os três primeiros passos recomendados por Baron e Kenny (1986). Neste quarto passo que compreende a hipótese 4, a hipótese não foi rejeitada, evidenciando nesta tríade que a capacidade social composta pela relação e participação com as partes interessadas impacta positivamente os resultados de desempenho social, somente em conjunto com as boas práticas de RSC. A não significância na relação direta entre capacidade social e desempenho social (hipótese 1) indica um caminho, que é por meio da RSC, ocorrendo a mediação total (Baron & Kenny, 1986).

O resultado demonstra que à medida que as empresas possibilitam a interação ativa das partes interessadas nas definições, realizações e decisões sobre questões sociais, elas conseguem desenvolver práticas que promovem o bem-estar da sociedade, dos funcionários, dos clientes e do governo, conquistando um desempenho social responsável e de diálogo com as diversas partes interessadas, gerando assim um círculo virtuoso. Esse caminho de mediação $CS \Rightarrow RSC \Rightarrow DS$ possui um $\beta = 0,705$, onde a CS e RSC explicam o DS em aproximadamente 93%.

A elaboração de práticas de RSC nas organizações envolve inevitavelmente uma avaliação do que os outros exigem, esperam ou desejam delas (Carroll, 1991), ou seja, a teoria das partes interessadas é parte integrante desse conceito. Assim, uma das sugestões que fica para as empresas neste estudo, é que quanto mais as empresas possibilitarem a entrada de partes interessadas nas discussões dos processos, menos frequentes serão os problemas sociais envolvidos com a organização (Buchholtz & Carroll, 2012). A figura 2 apresenta um resumo final do teste das hipóteses.

Figura 2: Modelo teórico da pesquisa com os valores dos testes de hipóteses



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Analisando o modelo proposto, verifica-se que a RSC, ao enfatizar os resultados de iniciativas socialmente responsáveis para com as diversas partes interessadas envolvidas, desempenha uma tentativa de gerenciar desempenho social, na ponta desta relação, (Carroll, 1979; Wartick & Cochran, 1985; Wood, 1991). Com o teste da hipótese 4, foi evidenciado que empresas que envolvem ativamente as partes interessadas nos esforços de RSC, e no processo de definição e realização de alguns objetivos, são as que possuem maior potencial de gerar benefícios mútuos.

5 Conclusões

O presente estudo objetivou analisar a relação entre a capacidade social e o desempenho social, mediada pela responsabilidade social corporativa, no contexto das empresas brasileiras listadas na B3. A teoria das partes interessadas serviu de fundamento nas discussões sobre as relações propostas. Em suma, a teoria ajudou a esclarecer para o caso brasileiro, que muitos dos resultados das empresas são determinados por seus relacionamentos com suas várias partes, pois certas decisões no campo social são alinhadas aos interesses de grupos ou indivíduos que podem ser afetados pelas atividades da empresa.

O estudo constatou a influência da variável independente capacidade social (CS) sobre a variável dependente desempenho social (DS) na existência da variável mediadora responsabilidade social corporativa (RSC). Para se chegar neste resultado, o estudo demonstrou que o impacto direto da variável independente (CS) sobre

a variável dependente (DS) é insignificante, com um β padronizado de 0,075; p-value <0,303 (H1). Logo, a relação analisada na hipótese 2 não foi rejeitada e evidenciou coeficientes significantes (p<0,001). Neste caso, entende-se que a capacidade social influencia a responsabilidade social corporativa ($\beta=0,781$).

A relação testada na hipótese 3 também não foi rejeitada, e evidenciou coeficientes significantes (p<0,001). Neste caso, entende-se que a responsabilidade social corporativa influencia o desempenho social corporativo ($\beta=0,903$). Já no caminho de mediação CS => RSC => DS possui um $\beta=0,705$, onde a CS e RSC explicam o DS em aproximadamente 93% (H4). Neste quarto teste que compreende a hipótese 4, a hipótese não foi rejeitada, evidenciando nesta tríade que a capacidade social composta pela relação e participação com as partes interessadas impacta positivamente os resultados de desempenho social, somente em conjunto com as boas práticas de RSC.

Diante dos testes de hipóteses, conclui-se, que a contribuição sob o enfoque teórico, converge com a proposição de Phillips, Freeman, e Wicks (2003), ao ressaltar a necessidade da distribuição de bens não financeiros, visto que o envolvimento e os resultados sociais das empresas para com as partes interessadas também são importantes. Diante da visão contrastante que grande parte da literatura coloca (somente a distribuição de bens financeiros), encontrou-se evidências empíricas que sustentam o argumento de que as empresas que possibilitam a relação e a participação das partes interessadas para delinear práticas mais adequadas de RSC alcançam de forma satisfatória o desempenho social.

As evidências deste estudo servem de fomento para a discussão a respeito da teoria das partes interessadas, ao comprovar que os resultados de desempenho social e das práticas de RSC resultam da capacidade da empresa de flexibilizar e possibilitar a relação e a participação das várias partes no campo social da empresa. Se expande a maneira como os estudiosos podem explorar o constructo de capacidade social, já que se trata de um assunto de interesse crescente junto à comunidade científica. Explorar a capacidade social é um caminho de descoberta do que é valorizado pelas partes interessadas no campo social, além de investigar novas relações no campo da estratégia, auxiliando futuros pesquisadores no entendimento destas questões.

A contribuição prática / gerencial deste estudo, é a evidência empírica de que é o alinhamento entre partes

interessadas / empresa e a RSC que gera o desempenho social das organizações. Assim, investimentos no sentido de aprimorar estas relações são fundamentais no atual contexto de competitividade, visto que os bens não financeiros são tão importantes quanto os aspectos econômicos, para o desempenho social corporativo. Os resultados encontrados contribuem também para que executivos de empresas possam estabelecer estratégias e ações socialmente responsáveis eficientes e eficazes, pois pensar de forma holística as estratégias e intrinsecamente ligada ao atendimento das necessidades de quem está a sua volta é uma forma de evoluir conjuntamente.

Os resultados empíricos enriquecem o entendimento teórico da capacidade social à medida que se confirma que empresas que buscam decisões sobre suas práticas de RSC, preferem trabalhar com a participação das partes interessadas e não sozinha. Essa é uma contribuição importante pelo fato de até o momento não ter sido encontrada na literatura essa análise entre capacidade social, responsabilidade social corporativa e desempenho social. Por fim, a capacidade social e a responsabilidade social corporativa caminham juntas no que tange a evidenciação do inter-relacionamento entre essas áreas de investigação e o desempenho social das empresas brasileiras, fomentando as discussões práticas e acadêmicas.

Dada a complexidade em se medir estes três constructos, ambos abrem uma janela de discussões e interpretações no campo da administração, e como observado neste trabalho, um dos problemas que tem angustiado os pesquisadores é o de como medir esta tríade (capacidade social, desempenho social corporativo e responsabilidade social corporativa). Como a relação analisada está inserida no contexto organizacional, sugere-se que pesquisas futuras analisem variáveis que possam interferir nesta tríade, como o tamanho da empresa, idade e demais variáveis de controle comumente utilizadas em pesquisas empresariais.

Com a realização deste estudo, foi possível chegar ao final e indicar para estudos futuros, que se investigue as partes interessadas de forma isolada, para assim ser mais preciso na avaliação das demandas e objetivos sociais quistos pelas partes interessadas. As partes interessadas são as principais beneficiárias do compromisso da empresa com as práticas de RSC e com o desempenho social. Logo, com o olhar para uma parte interessada específica, é possível saber os efeitos das ações das empresas em relação às partes interessadas, e com isso ser mais assertivo no que tange a relação e participação

das partes nas definições, realizações e decisões relacionadas as questões sociais. Além disso, investigar as partes interessadas pós-covid 19 será fundamental, visto que foi uma crise mundial que afetou todas as organizações.

Sugere-se também, que este estudo seja replicado com organizações de um setor apenas, diferente do que foi apresentado nesta pesquisa que trouxe resultados de diversos setores. Seguindo pelo caminho alternativo, seria interessante analisar os dados de forma qualitativa e quantitativa, de forma que para complementar a análise da fase quantitativa que avalia o impacto desta tríade em um setor específico, seria importante coletar dados qualitativos das empresas pertencentes a este setor a partir dos relatórios de sustentabilidade publicados via plataforma internacional (GRI). Logo, com esta análise é possível inferir se a responsabilidade social corporativa e o desempenho das empresas pesquisadas, em sua maioria, contribuem efetivamente no atendimento das necessidades previstas pelas partes interessadas no que tange as questões sociais.

Com isso, se propõe que seja investigado como as empresas estão atuando, se de forma incisiva ou não na busca por um futuro inclusivo, equitativo e regenerativo para todos os seus envolvidos, através de estudos qualitativos. Em tempo, dentre as limitações que permeiam este estudo, destaca-se a delimitação da amostra no cenário brasileiro, podendo ser frágil e gerar restrições às generalizações propostas na replicação do estudo em outros países. Outra relevante limitação diz respeito ao método de coleta de dados utilizado, visto que se baseia nas avaliações subjetivas dos respondentes.

Agradecimentos

Agradecemos a equipe editorial e aos revisores anônimos por seus feedbacks construtivos e apoio. O processo de revisão e seus comentários melhoraram substancialmente o artigo e estamos extremamente agradecidos.

Agradecemos a Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC), pelo apoio financeiro durante a pesquisa deste estudo.

Referências

Abreu, M. C., Castro, F. C., & Lazaro, J. C. (2013). Avaliação da influência dos stakeholders na proatividade ambiental de empresas brasileiras. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 7(17), 22-35. <https://doi.org/10.11606/rco.v7i17.56693>

doi.org/10.11606/rco.v7i17.56693

Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of management*, 38(4), 932-968. <https://doi.org/10.1177/0149206311436079>

Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1982). Some methods for respecifying measurement models to obtain unidimensional construct measurement. *Journal of marketing research*, 19(4), 453-460. <https://doi.org/10.1177/002224378201900407>

Anderson, J. C., Gerbing, D. W., & Hunter, J. E. (1987). On the assessment of unidimensional measurement: Internal and external consistency, and overall consistency criteria. *Journal of marketing research*, 24(4), 432-437. <https://doi.org/10.1177/002224378702400412>

Anser, M. K., Yousaf, Z., Majid, A., & Yasir, M. (2020). Does corporate social responsibility commitment and participation predict environmental and social performance?. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. <https://doi.org/10.1002/csr.1977>

Bagozzi, R. P., & Phillips, L. W. (1982). Representing and testing organizational theories: A holistic construal. *Administrative science quarterly*, 459-489. <https://doi.org/10.2307/2392322>

Barnett, M. L., Henriques, I., & Husted, B. W. (2020). The rise and stall of stakeholder influence: How the digital age limits social control. *Academy of Management Perspectives*, 34(1), 48-64. <https://doi.org/10.5465/amp.2017.0080>

Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173.

Beldad, A. D., Seijdel, C. T., & de Jong, M. D. (2019). Managing corporate social responsibility (CSR) together: The effects of stakeholder participation and third-party organization (TPO) endorsement on CSR initiative effectiveness. *Corporate Reputation Review*, 1-16. <https://doi.org/10.1057/s41299-019-00082-0>

Bido, D. S., Mantovani, D. M. N., & Cohen, E. D. (2018). Destruição de escalas de mensuração por meio da análise fatorial exploratória nas pesquisas da área de produção e operações. *Gestão & Produção*, 25(2), 384-397. <https://doi.org/10.1590/0104-530X3391-16>

Boaventura, J. M. G., Bosse, D. A., de Mascena, K.

- M. C., & Sarturi, G. (2020). Value distribution to stakeholders: The influence of stakeholder power and strategic importance in public firms. *Long Range Planning*, 53(2), 101883. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2019.05.003>
- Boreham, C., Davison, G., Jackson, R., Nevill, A., Wallace, E., & Williams, M. (2020). Power, precision, and sample size estimation in sport and exercise science research. *Journal of Sports Sciences*, 38(17), 1933-1935. <https://doi.org/10.1080/02640414.2020.1776002>
- Brown, J. A., Buchholtz, A. K., & Dunn, P. (2016). Moral salience and the role of goodwill in firm-stakeholder trust repair. *Business Ethics Quarterly*, 26(2), 181-199. <https://doi.org/10.1017/beq.2016.27>
- Buchholtz, A. K., & Carroll, A. B. (2012). *Business & society: Ethics & stakeholder management*. South-Western Cengage Learning.
- Campra, M., Esposito, P., & Lombardi, R. (2020). The engagement of stakeholders in nonfinancial reporting: New information-pressure, stimuli, inertia, under short-termism in the banking industry. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(3), 1436-1444. <https://doi.org/10.1002/csr.1896>
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497-505. <https://doi.org/10.5465/amr.1979.4498296>
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Castelo Branco, M., & Lima Rodrigues, L. (2007). Positioning stakeholder theory within the debate on corporate social responsibility. *EJBO-Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201010042899>
- Charron, D. C. (2007). Stockholders and stakeholders: The battle for control of the corporation. *Cato J.*, 27, 1.
- Chen, C. M., & Delmas, M. (2011). Measuring corporate social performance: An efficiency perspective. *Production and Operations Management*, 20(6), 789-804. <https://doi.org/10.1111/j.1937-5956.2010.01202.x>
- Chen, L., Feldmann, A., & Tang, O. (2015). The relationship between disclosures of corporate social performance and financial performance: Evidences from GRI reports in manufacturing industry. *International Journal of Production Economics*, 170, 445-456. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2015.04.004>
- Chiu, T. K., & Wang, Y. H. (2015). Determinants of social disclosure quality in Taiwan: An application of stakeholder theory. *Journal of Business Ethics*, 129(2), 379-398. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2160-5>
- Clark, V. L., & Creswell, J. W. (2015). Understanding research: A consumer's guide.
- Clarkson, M. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20(1), 92-117. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271994>
- Dattalo, P. (2008). *Balancing Power, Precision, and Practicality*. New York: Oxford University Press.
- Falck, O., & Heblich, S. (2007). Corporate social responsibility: Doing well by doing good. *Business horizons*, 50(3), 247-254. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2006.12.002>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Publishing.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: A stakeholder approach*. Cambridge university press.
- Freeman, R. E., Kujala, J., Sachs, S., & Stutz, C. (2017). Stakeholder engagement: practicing the ideas of stakeholder theory. In *Stakeholder engagement: Clinical research cases* (pp. 1-12). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-62785-4_1
- Freeman, R. E., Phillips, R., & Sisodia, R. (2020). Tensions in stakeholder theory. *Business & Society*, 59(2), 213-231. <https://doi.org/10.1177/0007650318773750>
- Freguete, L. M., Nossa, V., & Funchal, B. (2015). Responsabilidade social corporativa e desempenho financeiro das empresas brasileiras na crise de 2008. *Revista de Administração Contemporânea*, 19, 232-248. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20151873>
- Freudenreich, B., Lüdeke-Freund, F., & Schaltegger, S. (2020). A stakeholder theory perspective on business models: Value creation for sustainability. *Journal of Business Ethics*, 166(1), 3-18. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04112-z>
- Gallego-Álvarez, I., & Ortas, E. (2017). Corporate environmental sustainability reporting in the context of national cultures: A quantile regression approach. *International Business Review*, 26(2), 337-353. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.09.003>
- Garver, M. S., & Mentzer, J. T. (1999). Logistics Research Methods: Employing Structural Equation Modeling to Test for Construct Validity. *Journal of Business Logistics*,

- 20(1):33-57.
- Greenwood, M. (2007). Stakeholder engagement: Beyond the myth of corporate responsibility. *Journal of Business Ethics*, 74(4), 315-327. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9509-y>
- Gunawan, J. (2015). Corporate social disclosures in Indonesia: stakeholders' influence and motivation. *Social Responsibility Journal*. <https://doi.org/10.1108/SRJ-04-2014-0048>
- Hair Jr, J. F., Gabriel, M. L. D. D. S., & Patel, V. K. (2014). Modelagem de Equações Estruturais Baseada em Covariância (CB-SEM) com o AMOS: Orientações sobre a sua aplicação como uma Ferramenta de Pesquisa de Marketing. *Revista Brasileira de Marketing*, 13(2), 44-55. <https://doi.org/10.5585/remark.v13i2.2718>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009). *Análise multivariada de dados*. Porto Alegre: Bookman editora.
- Harrison, J. S., Bosse, D. A., & Phillips, R. A. (2010). Managing for stakeholders, stakeholder utility functions, and competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 31(1), 58-74. <https://doi.org/10.1002/smj.801>
- Jones, T. M., Harrison, J. S., & Felps, W. (2018). How applying instrumental stakeholder theory can provide sustainable competitive advantage. *Academy of Management Review*, 43(3), 371-391. <https://doi.org/10.5465/amr.2016.0111>
- Kerlinger, F. N. (1980). *Metodologia da pesquisa em ciências sociais: um tratamento conceitual*. Epu.
- Kim, Y., & Kim, S. Y. (2010). The influence of cultural values on perceptions of corporate social responsibility: Application of Hofstede's dimensions to Korean public relations practitioners. *Journal of Business Ethics*, 91(4), 485-500. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0095-z>
- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford publications.
- Kline, R. B. 2005. *Principles and practice of structural equation modeling*. New York: The Guilford Press.
- Kumar, R. (2019). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners*. Sage Publications Limited.
- Luoma-aho, V. (2015). Understanding stakeholder engagement: Faith-holders, hateholders & fakeholders. *RJ-IPR: Research Journal of the Institute for Public Relations*, 2(1). <http://urn.fi/URN:NBN:fi:jyu-201502041252>
- Lyra, M. G., Gomes, R. C., & Jacovine, L. A. G. (2009). O papel dos stakeholders na sustentabilidade da empresa: contribuições para construção de um modelo de análise. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(SPE), 39-52. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552009000500004>
- Mainardes, E. W., Alves, H., & Raposo, M. (2011). Stakeholder theory: issues to resolve. *Management Decision*, 49(2), 226-252. <https://doi.org/10.1108/00251741111109133>
- Malhotra, N. K. (2012). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 6. ed. Porto Alegre: Bookman.
- Maon, F., Lindgreen, A., & Swaen, V. (2009). Designing and implementing corporate social responsibility: An integrative framework grounded in theory and practice. *Journal of Business Ethics*, 87(1), 71-89. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9804-2>
- Maqbool, S., & Bakr, A. (2019). The curvilinear relationship between corporate social performance and financial performance. *Journal of Global Responsibility*. <https://doi.org/10.1108/JGR-11-2018-0060>
- Maqbool, S., & Zameer, M. N. (2017). An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability: Evidence from Indian Commercial Banks. *Pacific Business Review International*, 9(12), 39-47.
- Marôco, J. (2010). *Análise de equações estruturais: Fundamentos teóricos, software & aplicações*. ReportNumber, 380 p.
- Mascena, K. M. C., & Stocker, F. (2020). Gestão de Stakeholders: Estado da Arte e Perspectivas. *Future Studies Research Journal: Trends and Strategies*, 12(1), 148. <https://doi.org/10.24023/FutureJournal/2175-5825/2020.v12i1.490>
- Matos, S., & Silvestre, B. S. (2013). Managing stakeholder relations when developing sustainable business models: the case of the Brazilian energy sector. *Journal of Cleaner Production*, 45, 61-73. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.04.023>
- Menezes, D. C., Vieira, D. M., & dos Santos, A. P. (2020). A teoria dos stakeholders no Brasil: produção acadêmica no período de 2014 a 2019. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 19(4), 119-150. <https://doi.org/10.5585/riae.v19i4.17345>
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, 22(4), 853-886. <https://doi.org/10.5465/amr.1997.9711022105>

- Moreno, J. J. J., & Paternostro, S. (2010). La participación de los grupos de interés como instrumento de responsabilidad social corporativa. El caso de las pequeñas y medianas empresas familiares. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, (2).
- Nason, R. S., Bacq, S., & Gras, D. (2018). A behavioral theory of social performance: Social identity and stakeholder expectations. *Academy of Management Review*, 43(2), 259-283. <https://doi.org/10.5465/amr.2015.0081>
- Orlitzky, M., Siegel, D. S., & Waldman, D. A. (2011). Strategic corporate social responsibility and environmental sustainability. *Business & Society*, 50(1), 6-27. <https://doi.org/10.1177/0007650310394323>
- Pedersen, E. R. (2006). Making corporate social responsibility (CSR) operable: How companies translate stakeholder dialogue into practice. *Business and Society Review*, 111(2), 137-163.
- Phillips, R., Freeman, R. E., & Wicks, A. C. (2003). What stakeholder theory is not. *Business ethics quarterly*, 13(4), 479-502. <https://doi.org/10.5840/beq200313434>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: a critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of applied psychology*, 88(5), 879.
- Pradhan, V. S., Sharma, R., & Krishnamurthy, S. (2016). Analyses of factors affecting employee perception on organizational Corporate Social Responsibility. *SCIT Journal*, 16(1).
- Rhou, Y., Singal, M., & Koh, Y. (2016). CSR and financial performance: The role of CSR awareness in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 30-39. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.05.007>
- Ribeiro, H. C. M., & Costa, B. C. (2017). Influência dos Stakeholders na gestão e no controle das organizações esportivas. *Revista Ciências Administrativas*, 23(1), 42-69.
- Richardson, R. J. (2010). *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: atlas.
- Salazar, J., Husted, B. W., & Biehl, M. (2012). Thoughts on the evaluation of corporate social performance through projects. *Journal of Business Ethics*, 105(2), 175-186. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0957-z>
- Savage, G. T., Nix, T. W., Whitehead, C. J., & Blair, J. D. (1991). Strategies for assessing and managing organizational stakeholders. *Academy of Management Perspectives*, 5(2), 61-75. <https://doi.org/10.5465/ame.1991.4274682>
- Servaes, H., & Tamayo, A. (2013). The impact of corporate social responsibility on firm value: The role of customer awareness. *Management science*, 59(5), 1045-1061. <https://doi.org/10.1287/mnsc.1120.1630>
- Severgnini, E., Galdaméz, E. V. C., & Moraes, R. D. O. (2018). Satisfação e contribuição dos stakeholders a partir do modelo Performance Prism. *BBR. Brazilian Business Review*, 15(2), 120-134. <https://doi.org/10.15728/bbr.2018.15.2.2>
- Soschinski, C. K., Brandt, E., & Klann, R. C. (2019). Internacionalização e práticas de responsabilidade social corporativa em empresas brasileiras. *Advances in Scientific and Applied Accounting*, 1(1), 047-064. <https://doi.org/10.14392/ASAA.2019120103>
- Steurer, R. (2006). Mapping stakeholder theory anew: from the 'stakeholder theory of the firm' to three perspectives on business-society relations. *Business Strategy and the Environment*, 15(1), 55-69. <https://doi.org/10.1002/bse.467>
- Stocker, F., de Arruda, M. P., de Mascena, K. M., & Boaventura, J. M. (2020). Stakeholder engagement in sustainability reporting: A classification model. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. <https://doi.org/10.1002/csr.1947>
- Tate, W. L., & Bals, L. (2018). Achieving shared triple bottom line (TBL) value creation: toward a social resource-based view (SRBV) of the firm. *Journal of Business Ethics*, 152(3), 803-826. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3344-y>
- Torelli, R., Balluchi, F., & Furlotti, K. (2020). The materiality assessment and stakeholder engagement: A content analysis of sustainability reports. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 470-484. <https://doi.org/10.1002/csr.1813>
- Trapp, N. L. (2014). Stakeholder involvement in CSR strategy-making? Clues from sixteen Danish companies. *Public Relations Review*, 40(1), 42-49. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.11.005>
- Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 411-427. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9780-6>
- Valiente, J. M. A., Ayerbe, C. G., & Figueras, M. S. (2012). Social responsibility practices and evaluation of corporate social performance. *Journal of Cleaner Production*, 35, 25-38. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.05.002>

- Waddock, S. (2003). Myths and realities of social investing. *Organization & environment*, 16(3), 369-380.
- Wang, T., & Bansal, P. (2012). Social responsibility in new ventures: profiting from a long-term orientation. *Strategic Management Journal*, 33(10), 1135-1153. <https://doi.org/10.1002/smj.1962>
- Weitzner, D., & Deutsch, Y. (2015). Understanding motivation and social influence in stakeholder prioritization. *Organization Studies*, 36(10), 1337-1360. <https://doi.org/10.1177/0170840615585340>
- Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of Management Review*, 16(4), 691-718. <https://doi.org/10.5465/amr.1991.4279616>
- Wood, D. J. (2010). Measuring corporate social performance: A review. *International journal of Management Reviews*, 12(1), 50-84. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00274.x>