



RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: UM ESTUDO DE CASO À LUZ DA CONCEPÇÃO PIRAMIDAL DE ARCHIE CARROLL

Jucelia Appio

juceliaappio@yahoo.com.br
Universidade Estadual do Oeste
do Paraná – UNIOESTE, Francisco
Beltrão, Paraná, Brasil.

Bruna Passaúra Madruga

bruna.passaura@hotmail.com
Universidade Estadual do Oeste
do Paraná – UNIOESTE, Francisco
Beltrão, Paraná, Brasil.

Nelson Natalino Frizon

nfrizon@gmail.com
União de Ensino do Sudoeste
do Paraná – UNISEP, Francisco
Beltrão, Paraná, Brasil.

RESUMO

Este artigo busca analisar as dimensões da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) na concepção piramidal (econômica, legal, ética e discricionária-voluntária) proposta por Archie Carroll (1979), a partir da percepção dos *stakeholders* de uma empresa prestadora de serviço contábil do sudoeste do Paraná, Brasil. Para realização do estudo foram pesquisados clientes, colaboradores e gestor, sendo caracterizada como uma pesquisa qualitativa, do tipo estudo de caso, que utilizou técnicas de observação, análise documental, questionários e entrevista. Percebe-se que as dimensões mais visíveis na percepção dos colaboradores e clientes, por ordem, foram a econômica, a ética e a legal e, a menos visível, foi a discricionária/voluntária. Este trabalho apresentou limitações no que se refere aos *stakeholders* clientes e funcionários, e absteve-se de questionar outros interessados, identificados como governo, comunidade, investidores, associações e grupos políticos. Outra limitação se refere à opção de se estudar a RSE segundo o modelo piramidal, que é uma fração do estudo que se propõe a compreender a RSE de forma tridimensional. No entanto, esta pesquisa é relevante no que tange ao desenvolvimento do tema, pois permite identificar as percepções de um determinado grupo social em relação a esta temática.

Palavras-chave: Responsabilidade Social; Responsabilidade Social Empresarial; Modelo Piramidal.



1. INTRODUÇÃO

O conceito de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) passou a ser legitimado a partir da década de 1950 por Howard R. Bowen, também denominado o Pai da Responsabilidade Social Corporativa, que discutiu esta temática com foco na administração. Em 1960, a RSE passou a ser abordada pela academia como uma relevante relação entre as organizações e a sociedade, considerando os impactos que a empresa exerce sobre a sociedade, evidenciando também a repercussão que uma possui sobre a outra (Amarante et al., 2015). No Brasil, em 1977 a Associação de Dirigentes Cristãos de Empresa (ADCE) propôs um debate sobre balanço social das empresas nacionais. Ao longo da década de 1990 surgiram instituições como o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) e Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, além de outras, com foco nesta temática (Alessio, 2004).

Na atualidade, a RSE explora um novo papel nas organizações direcionado ao alcance dos interesses individuais e coletivos dos que fazem parte do negócio e às suas contribuições para a construção de um contexto mais equitativo e equilibrado para a sociedade. Não obstante, a RSE é visionada como diferencial competitivo devido ao contexto social que favorece medidas protetivas e preventivas em relação ao meio ambiental e social, e trabalha considerando as características e necessidades de seus *stakeholders*. Desse modo, no atual mercado, as empresas têm que atuar a partir das percepções dos que fazem parte dela e ajudam a manter sua competitividade (Macêdo et al., 2014).

O estudo teórico e empírico da RSE no cenário nacional e internacional mostra diversas abordagens que procuram conceituar o tema e desenvolvê-lo como forma de melhor entendê-lo e evidenciá-lo nas organizações. O modelo tridimensional de performance social desenvolvido por Carroll em 1979 constitui-se em uma das principais abordagens da RSE, discutindo o papel e a relevância dos *stakeholders* a partir de práticas de RSE em organizações (Macêdo et al., 2014).

Desse modo e dada a importância do modelo de Carroll na literatura da RSE, este estudo objetiva analisar as dimensões da RSE na concepção piramidal (econômica, legal, ética e discricionária-voluntária) proposta por Archie Carroll (1979), a partir da percepção dos *stakeholders* de uma empresa prestadora de serviço contábil do Sudoeste do Paraná, Brasil.

Esse modelo também tem sido objeto de estudos de outros autores, como Gadelha (2010) e Macêdo et al. (2014). Nesse sentido, é válido o estudo do modelo de Carroll como ferramenta para o desenvolvimento social das empresas e de suas comunidades (Macêdo et al., 2014). Ressalta-se,

ainda, que a abordagem da RSE implica a consideração da gestão dos *stakeholders* e que o modelo proposto por Carroll torna-se relevante, pois reitera a importância desse tipo de gestão.

Justifica-se este estudo nas sugestões auferidas no estudo de Macêdo et al. (2014), quando sugerem outros estudos empíricos como forma de propiciar uma natureza prática à responsabilidade social nas empresas, bem como de continuar examinando e estudando as pesquisas sobre o tema ocorridas no Brasil.

O presente trabalho está estruturado em quatro partes além desta introdução: apresentação teórica seguida da metodológica adotada para a realização deste trabalho, análise e discussões e, por fim, as conclusões.

2. RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

A terminologia “responsabilidade social” foi identificada na Inglaterra no século XIX e escrita pela primeira vez em um manifesto de 120 industriais ingleses. O documento menciona que a responsabilidade dos que dirigem a indústria é manter um equilíbrio justo entre os vários interesses dos públicos, dos consumidores, dos funcionários e dos acionistas. As primeiras manifestações em defesa dessa ideia surgiram no início do século XX, por Charles Eliot (1906), Hakley (1907) e John Clark (1916), e em 1923 por Oliver Sheldon (Oliveira, 2000 apud Benedicto et al., 2008).

Nos Estados Unidos, a quebra da bolsa de valores em 1929 inflamou os ânimos da população que, descontente, passou a questionar a distribuição de riquezas, a atuação do Estado e a ascensão do socialismo europeu. Estavam desiludidos quanto às promessas do liberalismo econômico e incomodados com os grandes monopólios existentes (Carroll, 1999 apud Faria et Sauerbronn, 2008).

No novo contexto de globalização, com acesso às inúmeras fontes de informações, surgiram as administrações com uma visão moderna avançada, buscando praticar boas ações com investimentos em educação, patrocínio de atletas, combate à fome e à exclusão social, defesa do meio ambiente, entre outros.

A complexidade do atual ambiente de negócios traz a necessidade de as organizações repensarem suas formas de atuação, em especial com os atores sociais e institucionais com os quais mantêm os seus diversos tipos de vínculos e relacionamentos. É nesse contexto que surge o tema RSE ou Responsabilidade Social Corporativa, o qual explora um novo papel para as empresas, direcionado ao alcance dos interesses individuais e coletivos dos que fazem parte do negócio (Macêdo et al., 2014).



No contexto da RSE, supõe-se que as organizações adequam comportamentos com o objetivo de tornar sua atuação socialmente responsável, atendendo aos interesses das partes relacionadas e promovendo a legitimação da sua atuação (Silva et al., 2015). As partes relacionadas ou interessadas são compreendidas também como *stakeholders*. Para Macêdo et al. (2014), a correta gestão de *stakeholders* faz parte da estratégia de negócios para o sucesso. Sua interpretação e interferência nas transações comerciais precisam ser consideradas, uma vez que podem validar ou não a atuação da empresa.

Este trabalho se pautou na concepção piramidal de Archie Carroll que, em 1979, sugeriu quatro categorias da RSE: econômica, legal, ética e discricionária/voluntária, em forma piramidal conforme ilustra a Figura 1.

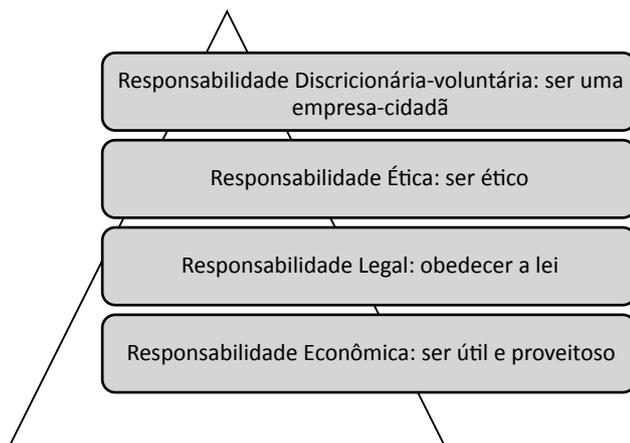


Figura 1. Modelo Piramidal de Carroll
 Fonte: adaptado de Carroll (1979).

Na base da pirâmide tem-se o objetivo primário de uma organização: a geração de lucros. Segundo Carroll (1991), sem este componente não há legitimidade ou segurança. Na responsabilidade legal, a ênfase recai para o cumprimento das leis do mercado e do governo, ou seja, operando sob uma estrutura legal. Quanto à responsabilidade ética, esta vai além da legalidade, consiste no que toda a comunidade percebe como justo, honesto. A junção dos componentes filantrópicos é um trabalho em paralelo aos processos da organização, e citada pelo autor como responsabilidade discricionária.

Para Macêdo et al. (2014), o modelo indica que a atuação empresarial no campo social deve basear-se no entendimento do que são as regras e os padrões sociais referentes às relações da empresa com a sociedade que definem os seus níveis de moralidade corporativa e respondem sobre até que ponto deve ir a atuação da RSE.

Segundo Macêdo (2010), o modelo piramidal de RSE procura oferecer uma melhor visualização e entendimento das categorias, visto que aspectos do componente econômico podem colocar-se em choque ou conflito com os outros componentes da pirâmide como, por exemplo, o atendimento das necessidades de lucro e a consideração dos problemas éticos e sociais internos da sociedade.

Diretrizes da Responsabilidade Social Empresarial no Brasil

No Brasil, a norma regulamentadora da responsabilidade social é a ISO 26.000 da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT, 2010), que indica “que a responsabilidade social seja parte integrante da principal estratégia organizacional, com *accountability* em todos os níveis apropriados da organização, e que esteja refletida nos processos decisórios e seja levada em consideração na implementação das atividades” (p. 07), pois acredita que as organizações, de forma geral, estão percebendo as necessidades e benefícios do comportamento socialmente responsável.

A característica essencial da responsabilidade social na organização é que ela, além de abranger toda a empresa, sugere comportamentos éticos, transparentes, que contribuam para o desenvolvimento sustentável, em concordância com as leis e com as normas internacionais de comportamento, e que também leve em conta os interesses das partes interessadas (ABNT, 2010).

O comportamento ético, segundo Macêdo et al. (2014), tem norteado as ações empresariais da atualidade. Muitas empresas mostram maior preocupação em proporcionar um ambiente confortável e adequado para o trabalho, formando um cenário em que a transparência e a responsabilidade passam a ser mais importantes. Além disso, os agentes envolvidos com as organizações apresentam maior interesse em atuar no mercado e suas práticas para com uma série de atores relacionados. Os princípios da RSE com base na ABNT NBR ISO 26.000 são apresentados no Quadro 1.

O referido documento também apresenta orientações para implantar a RSE na organização. Primeiramente é necessário identificar as partes interessadas, depois identificar os impactos, sejam eles ambientais, sociais, econômicos negativos reais ou potenciais das decisões e atividades da empresa, para evitar e abrandar tais impactos. Posterior a esta autoavaliação, identifica-se as possíveis áreas de ação para, assim, por em prática as ações de responsabilidade social (ABNT, 2010).



Quadro 1. Princípios da responsabilidade social empresarial

Princípio	Descrição
Accountability	Convém que a organização preste contas e se responsabilize por seus impactos na sociedade, na economia e no meio ambiente
Transparência	Convém que uma organização seja transparente em suas decisões e atividades que impactam na sociedade e no meio ambiente
Comportamento ético	Convém que o comportamento de uma organização se baseie nos valores de honestidade, equidade e integridade
Respeito pelos interesses das partes interessadas	Convém que uma organização respeite, considere e responda aos interesses de suas partes interessadas
Respeito pelo estado de direito	Convém que uma organização aceite que o respeito pelo estado de direito é obrigatório. O estado de direito refere-se à supremacia da lei e, em especial, à ideia de que nenhum indivíduo ou organização está acima da lei e que o governo também está sujeito à lei
Respeito pelas normas internacionais de comportamento	Convém que uma organização respeite as normas internacionais de comportamento, ao mesmo tempo em que adere ao princípio de respeito pelo estado de direito
Respeito pelos direitos humanos	Convém que uma organização respeite os direitos humanos e reconheça tanto sua importância como sua universalidade

Fonte: adaptado de ABNT NBR ISO 26.000.

3. MÉTODOS

Trata-se de estudo de caso, de abordagem qualitativa, que busca analisar as dimensões da RSE na concepção piramidal (econômica, legal, ética e discricionária-voluntária) proposta por Archie Carroll (1979), a partir da percepção dos *stakeholders* de uma empresa prestadora de serviço contábil do Sudoeste do Paraná, Brasil.

A abordagem qualitativa de pesquisa busca ressaltar a natureza socialmente construída da realidade estudada. Enfatiza a natureza repleta de valores da investigação, buscando soluções para as questões que realçam o modo como a experiência social é criada e adquire significado (Denzin et Lincoln, 2006). Pesquisas com abordagem qualitativa utilizam-se de muitos métodos e técnicas de análise para responder ao objetivo de pesquisa, dentre os métodos estão a etnografia, a etnometodologia, a hermenêutica, A Ground Theory, os estudos de caso, a fenomenologia e a pesquisa-ação. As técnicas de análise mais comumente disseminadas são a análise de narrativa, do conteúdo, do discurso, de arquivos e até mesmo de estatísticas, tabelas e gráficos numéricos. Todos esses métodos e técnicas podem oferecer importantes *insights* para alcançar o proposto pelos estudos.

Yin (1984, p. 23) define o estudo de caso como “uma pesquisa empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em seu contexto natural, em situações em que as fronteiras entre o contexto e o fenômeno não são claramente evidentes, utilizando múltiplas fontes de evidência”. O autor descreve três situações nas quais o estudo de caso é indicado. A primeira, quando o caso em pauta é relevante para testar uma hipótese ou teoria previamente explícita. A segunda é o fato de ele ser extremo ou único (essa é uma situação comum em Psicologia Clínica). A terceira situação é o estudo de um caso revelador, que ocorre quando o pesquisador tem acesso a uma situação ou fenômeno até então inacessível à investigação científica.

Stake (2000) distingue três tipos de estudos de caso a partir de suas finalidades, são eles: intrínseco, instrumental e coletivo. No estudo de caso intrínseco busca-se melhor compreensão de um caso, apenas pelo interesse despertado por aquele caso particular. No estudo de caso instrumental, o interesse deve-se à crença de que o caso poderá facilitar a compreensão de algo mais amplo, uma vez que pode servir para fornecer *insights* sobre um assunto. No estudo de caso coletivo, por sua vez, o pesquisador estuda conjuntamente alguns casos para investigar um dado fenômeno, podendo ser visto como um estudo instrumental estendido a vários casos.

Compreende-se que analisar as dimensões da RSE na concepção piramidal (econômica, legal, ética e discricionária-voluntária) proposta por Archie Carroll (1979), a partir da percepção dos *stakeholders* de uma empresa prestadora de serviço contábil contribui para a compreensão teórica desta temática e atende a primeira indicação proposta por Yin (1984). No que tange à classificação proposta por Stake (2000), este estudo classifica-se como estudo de caso instrumental.

Segundo Yin (2005), o método de estudo de caso permite maior flexibilidade metodológica, uma vez que pode assumir características tanto qualitativas quanto quantitativas. Recomenda-se que no estudo de caso a coleta de dados envolva múltiplas fontes de informação, tais como a observação, entrevistas, documentos e artefatos físicos (Creswell, 1998). Assim, realizou-se, primeiramente, observação no ambiente da organização e análise de dados secundários contidos em documentos (código de ética do Conselho Regional dos Contadores – CRC e ISO 26.000 da ABNT) e no *website* da organização em estudo. Em seguida, de posse destes primeiros registros de informações, procedeu-se a aplicação da pesquisa com os colaboradores e clientes.

O instrumento de coleta de dados foi adaptado de Gadelha (2010). Cada variável procurou evidenciar as características principais de cada item das dimensões do modelo proposto por Carroll (1979), sendo possível observar, na



categoria legal, por exemplo, quais atividades caracterizam uma empresa com atividades sociais baseadas em requisitos legais ou, na categoria discricionária, quais atividades sociais são de natureza voluntária (Macêdo et al., 2014).

Assim, questionários fechados com escala de cinco pontos (1 - discordo totalmente; 2 - discordo parcialmente; 3 - não discordo nem concordo; 4 - concordo parcialmente; e 5 - concordo totalmente) foram aplicados aos diversos *stakeholders* (clientes e colaboradores) como forma de analisar o modelo proposto por Carroll (1979), que se molda a partir das categorias econômica, legal, ética e discricionária/voluntária da RSE. A empresa, no momento em que foi aplicada a pesquisa, possuía 176 clientes, nove colaboradores e um gestor. Para determinar a amostra dos clientes, foi utilizado o cálculo de amostragem baseado na fórmula de Barbata (2001), considerando aceitável um erro amostral de 7%, cujo resultado indicou uma amostra composta por 95 clientes. Além deles, a pesquisa foi aplicada a todos os nove colaboradores e ao gestor.

Carroll (1991) sugere que a RSE envolve a consideração e o trabalho de grupos de pessoas distintas: fornecedores, consumidores, clientes, comunidade, funcionários, diretores, acionistas e parceiros; nesse sentido, a escolha por pesquisar os diversos *stakeholders* se justifica. Entretanto, como limitação desta pesquisa, fizeram parte como sujeitos sociais os clientes e colaboradores e, no terceiro momento de coleta de dados primários, o gestor, que foi entrevistado posteriormente, munido de um roteiro semiestruturado buscando compreender a sua percepção em relação à temática.

De posse de todos os dados coletados, a análise consistiu em examinar, categorizar e triangular as evidências qualitativas e quantitativas para responder ao objetivo da presente pesquisa.

Essa forma de análise tem como orientação o proposto por Stake (1995) ao indicar quatro formas de análise de dados e interpretação em pesquisas com estudos de casos: a) agregação de categorias, esperando que questões com significados relevantes emirjam; b) interpretação direta, observando os significados dela sem olhar múltiplas instâncias; c) estabelecimento de padrões em que o pesquisador observa se há correspondência entre duas ou mais categorias; d) generalizações naturalísticas em que o pesquisador desenvolve generalizações que podem ser aprendidas do caso ou que podem ser aplicadas a outros casos.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Analisando-se o *website* da empresa, percebeu-se que não se apresenta um campo específico que discorra sobre

a responsabilidade social ou o engajamento da empresa em atividades sociais. Durante a entrevista com o gestor, ele argumentou que esporadicamente o tema é tratado no campo “Notícias”, ou até mesmo em “boletins informativos” que são encaminhados aos clientes de maneira impressa e mensalmente.

Em seguida, no manuseio e análise do código de ética do CRC do Paraná, percebeu-se que o documento está em compatibilidade com a ABNT NBR ISO 26.000, principalmente no que se refere ao “accountability, transparência e comportamento ético”, uma vez que aborda em seu segundo artigo, inciso I: “Exercer a profissão com zelo, diligência, honestidade, capacidade técnica, observada toda legislação vigente [...]”, não podendo deixar de prestar contas ao cliente e não orientá-lo com informações adversas à legislação (CFC, 2010).

A seguir serão discutidos os resultados dos dados coletados com clientes e colaboradores.

A primeira dimensão – econômica – está relacionada às responsabilidades ou obrigações do negócio. Nesta, a empresa tem a necessidade de oferecer, ao seu público, produtos e serviços adequados e garantir o retorno financeiro a acionistas, sócios, fornecedores, funcionários e parceiros. Em relação à percepção dos clientes com a dimensão econômica, destaca-se a variável: “*Os serviços vendidos são de qualidade e atendem aos requisitos dos clientes*”. Quando analisada a percepção dos colaboradores, a pesquisa identificou que elevados índices de concordância foram percebidos na variável: “*Os colaboradores têm oportunidade para fazerem cursos, especializarem-se ou a empresa possibilitar progressão na carreira profissional*”. As respostas auferidas nesta dimensão estão de acordo com o modelo pirâmida proposto por Carroll (1979), ou seja, é o que dá sustentação à empresa, seja para alcançar um lucro mínimo, gerar emprego ou fornecer serviço ao nicho de mercado que se propõe.

A responsabilidade legal determina que as leis e regulamentações formem a estrutura legal sobre a qual se espera que os negócios operem. De acordo com os resultados da dimensão legal, o que se percebe é que as práticas que se referem especificamente a: “*A empresa desenvolve suas atividades dentro da legalidade*” destacam-se entre os clientes. Entre os resultados dos colaboradores, a variável “*Os impostos e tributos federais, estaduais e municipais são pagos corretamente*” foi percebida como relacionada a esta dimensão. Assim, percebe-se que a empresa está ciente e cumpre com a legislação, pois tais práticas foram percebidas no dia a dia da empresa e estão de acordo com a recomendação da ABNT NBR ISO 26.000 (2010, p. 7) que orienta “uma compreensão mais ampla das expectativas da sociedade. Um princípio fundamental da responsabilidade social



é o respeito pelo estado de direito e conformidade com requisitos legais”.

No entanto, quando se refere a projetos sociais, colaboradores e clientes, respectivamente, nem concordam nem discordam, podendo essas práticas não ser visíveis, não serem publicadas ou até mesmo não existirem na organização.

Na dimensão ética, destaca-se, para os clientes, “O respeito à integridade física e moral dos clientes é uma prática constante na empresa” e, para os colaboradores, “A liberdade de escolha religiosa pelos funcionários é respeitada”; e, da mesma forma que apresentado na dimensão legal, houve pouca percepção da prática “Os projetos sociais desenvolvidos estão além das expectativas de todos”.

Analisando a dimensão discricionária/voluntária, que aborda os atos voluntários, as médias foram baixas em comparação às demais dimensões do modelo de Carroll (1979), tanto nas respostas dos clientes quanto dos colaboradores. A variável mais percebida pelos clientes foi “A empresa promove campanhas voltadas para melhoria da qualidade de vida das pessoas da região e se mostra aberta a atender a comunidade” e, pelos colaboradores, “A empresa se mostra aberta para conversar sobre possíveis problemas da comunidade”. Entretanto, percebe-se que a empresa se apresenta aberta para conversar, mas não estimula a prática, pois baixos índices de concordância foram percebidos na variável “A empresa estimula os funcionários ao voluntariado para desenvolver ações sociais” e, nas respostas dos clientes, “A empresa desenvolve ações sociais depois de reclamações da comunidade”.

O Gráfico 1, a seguir, apresenta uma síntese dos resultados da pesquisa em relação às dimensões econômica, legal, ética e discricionária-voluntária de RSE propostas por Carroll (1979) na sua concepção piramidal, a partir da percepção dos clientes e colaboradores.

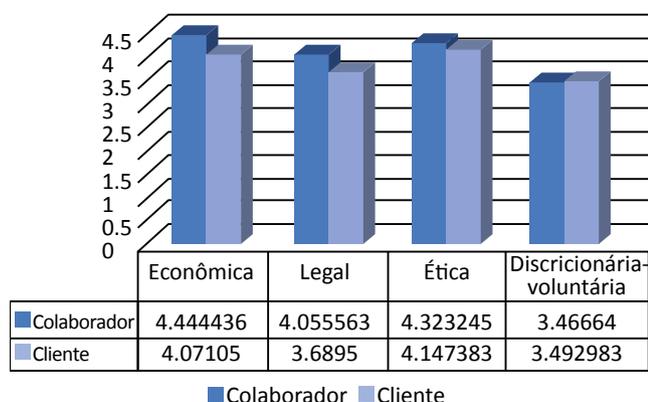


Gráfico 1. Síntese dos resultados da pesquisa

Fonte: dados da pesquisa, 2016.

Percebe-se que as dimensões de RSE mais visíveis na percepção dos colaboradores e clientes foi a econômica, seguida da ética e, depois, da legal. A menos visível foi a discricionária/voluntária, corroborando o estudo de Gadelha (2010) realizado no setor de alimentos no estado do Ceará, Brasil. Esse autor também constatou que os *stakeholders* externos e internos percebem que a empresa possui atuação predominantemente no campo da responsabilidade econômica, evidenciando que as ações se voltam para a maximização dos lucros, pois esses são a principal razão pela qual as empresas existem. Com base no estudo de Carroll (1979), identifica-se uma inversão de prioridades no que tange às dimensões legal e ética, pois o modelo proposto sugere um sentido piramidal em que a dimensão legal seria mais visível que a ética.

Como apresentado no modelo piramidal, era de se esperar que a dimensão discricionária/voluntária fosse a menos visível, pois está no topo da pirâmide e tem uma mensagem menos clara nas empresas por não possui caráter obrigatório e sim voluntário, cabendo a cada empresa criar ações sociais para atender as necessidades da comunidade. Tal como aponta a literatura, na empresa estudada tais ações não se mostraram tão visíveis, talvez por não serem projetadas, publicadas ou praticadas.

Frente ao resultado de que a dimensão menos visível foi a discricionária/voluntária, entrevistou-se o gestor da empresa, o qual salientou que “a primeira coisa que vem a mente tem a ver com questões sustentáveis, filantrópicas”, e “isso resultaria nas respostas nulas, pois na prática contábil não é tão visível esta dimensão”.

Explanou-se rapidamente sobre o modelo piramidal proposto por Carroll (1979), e questionado sobre quais das dimensões na opinião do gestor a empresa possui maior visibilidade. O mesmo argumentou: “Bom, eu penso que a dimensão econômica é uma consequência. Gera renda, gera economia, uma consequência do trabalho”, e continuou “o escritório atua de forma mais enérgica na parte legal, pois se propõe a realizar de maneira muito clara para a sociedade esta forma de trabalhar”. Os argumentos do gestor entrevistado corroboram o estudo de Gadelha (2010), em que sobressaiu na percepção dos gestores atenção especial às exigências legais, acreditando que os negócios obedecem às leis, atendendo suas metas econômicas dentro da legalidade e seguindo os regulamentos.

Quando indagado a respeito da pouca visibilidade das ações filantrópicas/voluntárias pelos clientes e colaboradores, o gestor argumentou “[...] particularmente, o escritório deveria participar com mais enfoque na questão filantrópica, mas deveria ser melhor analisado, criado um projeto [...]”.

Ao longo da entrevista, questionou-se a respeito da percepção dos clientes e colaboradores quanto ao resultado da



pesquisa referente à dimensão filantrópica. O gestor enfatiza que realmente não é perceptível tal ação por opção da própria administração. Segundo ele, não é relevante enfatizar estas ações, pois aparenta ser algo estritamente pessoal. Contudo, ele exemplificou ações de cunho discricionário/voluntário que é realizado constantemente na organização, como a não cobrança de honorários contábeis às associações de cunho social, e até mesmo as consultas e informações dadas à comunidade de forma gratuita. Todavia, são atitudes que passam despercebidas pelos clientes e colaboradores.

O resultado deste estudo está em consonância com as considerações de Macêdo et al. (2014), quando afirmam que, atualmente, poucos modelos de RSE ajudam a avaliar, na prática, o que as empresas têm feito. Sob a perspectiva da percepção dos agentes envolvidos com uma empresa, verifica-se a relação que a RSE mantém com a gestão de *stakeholders*, uma vez que para a correta atuação socialmente responsável por parte das empresas se faz necessário que elas considerem as principais características e necessidades dos atores envolvidos.

5. CONCLUSÕES

Atualmente percebe-se um crescente número de empresas com atuação em ações de responsabilidade social, que buscam, para além da lucratividade, ser uma organização em prol do bem maior. Este artigo utilizou-se de uma prestadora de serviços contábeis, que objetiva o lucro como a maioria das empresas, para demonstrar que a responsabilidade social na empresa não precisa estar em destaque, mas sim nas práticas e percepções cotidianas.

A escolha de Carroll (1979), como autor que traz a metodologia piramidal, expõe exatamente esta questão: que a empresa não precisa nascer somente para o propósito social, mas sim desenvolver questões de ordem econômica, legal, ética e discricionária/voluntária, cada qual em sua proporção, e que não firam a integridade humana e do meio ambiente.

Percebe-se que as dimensões de RSE mais visíveis na percepção dos colaboradores e clientes foi a econômica, seguida da ética e da legal, e a menos visível a foi a discricionária/voluntária, corroborando o estudo de Gadelha (2010) realizado no setor de alimentos no estado do Ceará. Esse autor também constatou que os stakeholders externos e internos percebem que a empresa possui atuação predominantemente no campo da responsabilidade econômica.

Com base no estudo de Carroll (1979), que apresenta um conceito piramidal, identifica-se uma inversão de prioridades no que tange às dimensões legal e ética, pois o modelo

proposto sugere um sentido piramidal em que a dimensão legal seria mais visível que a ética.

No que se refere ao resultado da pesquisa quanto à dimensão discricionária/voluntária, esperava-se que fosse a menos visível, pois está no topo da pirâmide, tem uma mensagem menos clara nas empresas e não possui caráter obrigatório, cabendo a cada empresa criar ações sociais para atender as necessidades da comunidade.

Este trabalho apresentou limitações no que se refere aos *stakeholders* clientes e funcionários, e absteve-se de questionar outros interessados, identificados como governo, comunidade, investidores, associações e grupos políticos. Outra delimitação foi em relação a escolha da metodologia piramidal que é uma fração do estudo que se propõe a compreender a RSE de forma tridimensional. No entanto, esta pesquisa é relevante no concerne ao desenvolvimento do tema, pois permite identificar as percepções de um determinado grupo social em relação a esta temática, podendo-se expandir à outras áreas de atuação, verificando como a RSE é percebida em outros setores, pelos diversos *stakeholders* existentes.

6. REFERÊNCIAS

- Alessio, R. (2004), Responsabilidade Social das Empresas no Brasil: reprodução de postura ou novos rumos?, EDIPUCRS, Porto Alegre.
- Amarante, J. G. M. C.; Deretti, S.; Silva, D. E. (2015), Governança corporativa e responsabilidade social corporativa: uma revisão sistemática dessa relação. Revista de Ciências da Administração, Vol. 17, No. 13., pp. 123-140.
- Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT (2010), NBR ISO 26000, Diretrizes sobre responsabilidade social, ABNT, Rio de Janeiro.
- Barbetta, P. A. (2001), Estatística Aplicada as Ciências Sociais, 4. ed., UFSC, Florianópolis.
- Benedicto, S. C.; Rodrigues, A. C.; Penido, A. M. S. (2008), Surgimento e evolução da responsabilidade social: uma reflexão teórico-analítica, artigo apresentado no XXVIII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 13-16 out. 2008, Rio de Janeiro, RJ.
- Carroll, A. B. (1979), A Three-dimensional conceptual model of corporate performance, Academy of Management Review, Vol. 4, No. 4, pp.497-505.
- Carroll, A. B. (1991), The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders, Business Horizons, Vol. 34, No. 4, pp. 39-48.
- Conselho Federal de Contabilidade - CFC (2003), Código de Ética do Profissional do Contabilista. Resolução No. 972/03, CFC, Brasília.



- Creswell, J. W. (1998), *Qualitative inquiry and research design: choosing among five traditions*, Sage, Thousand Oaks.
- Denzin, N. K.; Lincoln, Y. S. (2006), *O planejamento da pesquisa qualitativa – teorias e abordagens*. 2. ed. Porto Alegre: Artmed.
- Faria, A.; Sauerbronn, F. F. (2008), A responsabilidade social é uma questão de estratégia? Uma abordagem crítica, *Revista de Administração Pública*, Vol. 42, No. 1, pp. 7-33.
- Gadelha, M. A. (2010), *Análise das percepções das ações de responsabilidade social empresarial a partir do modelo tridimensional performance social: o caso de uma indústria do setor alimentício*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.
- Macêdo, N. M. M. N. (2010), *Diagnóstico das percepções de responsabilidade social empresarial a partir do modelo tridimensional de performance social: o caso de uma empresa do setor têxtil*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.
- Macêdo, N. M. M. N.; Gadelha, M. A.; Cândido, G. A. (2014), Apresentação da construção dos parâmetros à aplicação do modelo conceitual tridimensional de performance social de Carroll. *Revista de Administração da UFSM*, Vol. 7, No. 2, pp. 230-248.
- Almeida, A. T.; Silva, J. D.; Oliveira, M. C. (2015), Responsabilidade corporativa social e a influência de aspectos do ambiente institucional: uma análise no setor bancário brasileiro. *Revista Universo Contábil*, Vol. 11, No. 4, pp. 44-62.
- Stake, R. E. (1995), *The art of case study research*, SAGE Publications, London.
- Stake, R. E. (2000), Case studies. In: Denzin, N. K.; Lincoln, Y. S. (ed.), *Handbook of qualitative research*, Sage, London, pp. 435-454.
- Yin, R. K. (1984), *Case study research: design and methods*, Sage, London.
- Yin, R. K. (2015), *Estudo de caso: planejamento e métodos*, 5. ed., Bookman, Porto Alegre.

Recebido: 25 abr. 2018

Aprovado: 03 ago. 2018

DOI: 10.20985/1980-5160.2018.v13n3.1422

Como citar: Appio, J.; Madruga, B. P.; Frizon, N. N. (2018), "Responsabilidade Social Empresarial: um estudo de caso à luz da concepção piramidal de Archie Carroll", *Sistemas & Gestão*, Vol. 13, No. 3, pp. 394-401, disponível em: <http://www.revistasg.uff.br/index.php/sg/article/view/1422> (acesso dia mês abreviado. ano).