



Orientação à responsabilidade social corporativa: um estudo sobre fatores influenciadores

AREA: 6
TIPO: Aplicação

Orientación a la responsabilidad social corporativa: un estudio de estudio sobre factores influyentes
Orientation to corporate social responsibility: a study study on influencing factors

AUTORES

Pedro Henrique da Silva Melo Pereira

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS, Brasil
pedrohsilvamp@gmail.com

Edicreia Andrade dos Santos¹

Universidade Federal do Paraná – UFPR, Brasil
edicreiaandrade@yahoo.com.br

Jonatas Dutra Sallaberry

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil
jonatas.sallaberry@hotmail.com

Januário José Monteiro

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil
januariomonteiro@gmail.com

1. Autor de contato:
Universidade Federal do Paraná – UFPR; Av. Prefeito Lothário Meissner, 632 – Campus III; Jardim Botânico, CEP: 80210170 – Curitiba, Paraná – Brasil

O estudo visa compreender quais os fatores determinantes que influenciam a orientação dos alunos de ensino superior da área de negócios em relação à RSC. Uma survey foi aplicada com 340 alunos. Analisados por meio de equações estruturais e teste de análise de variância, os resultados indicaram que os valores pessoais afetam as dimensões de orientação da RSC. De maneira específica constatou-se que o gênero feminino é mais propenso à orientação de RSC filantrópica. Já os outros fatores não apresentaram significância estatística para inferir comportamentos distintos entre grupos, sejam da orientação política, religião ou prática de voluntariado.

El objetivo del estudio es comprender cuáles son los factores determinantes que influyen en la orientación de los estudiantes de grado en negocios en relación con la RSE. Se aplicó una encuesta a 340 estudiantes. Analizados mediante ecuaciones estructurales y análisis de prueba de varianza, los resultados indicaron que los valores personales afectan las dimensiones de la orientación de la RSE. Específicamente, se descubrió que el género femenino es más propenso a la orientación filantrópica de RSE. Los otros factores, no fueron estadísticamente significativos para inferir diferentes comportamientos entre grupos, ya sean políticos, religiosos o voluntarios.

The study aims to understand which are the determining factors that influence the orientation of academic students in the business area in relation to CSR. A survey was applied to 340 students. Analyzed by structural equations and analysis of variance test, the results indicated that personal values affect the dimensions of CSR orientation. Specifically, it was found that the female gender is more prone to philanthropic CSR orientation. The other factors, on the other hand, were not statistically significant to infer different behaviors between groups, whether political, religious or volunteering.

DOI
10.3232/GCG.2020.V14.N3.04

RECEBIDO
27.03.2020

ACETADO
21.06.2020

1. Introdução

Atualmente, o engajamento da sociedade com problemáticas sociais e ambientais tem recebido a atenção das organizações e influenciado na maneira como elas executam suas atividades, refletindo assim a sua Responsabilidade Social Corporativa (RSC). Nessa direção, é importante ressaltar que a RSC reflete tanto interna quanto externamente na organização, em especial, afetando diretamente a moral dos empregados e aumentando efetivamente sua produtividade (Melo Neto; Froes, 2001). Assim, funcionários expostos a ações de RSC tem a moral elevada por causa do alinhamento de valores pessoais com os da organização, refletindo assim no bem-estar, lealdade e em melhores desempenhos.

Nessa direção, é que diversos estudos têm se preocupado em entender os fatores ou determinantes que afetam na adoção de práticas de RSC por uma organização, bem como o que leva um indivíduo a ter mais ou menos propensão de agir com responsabilidade social (Galvão et al., 2019). Com isso, tem-se pesquisado acerca da orientação de RSC que é definida por Aupperle (1982) como a orientação do gestor/empreendedor em relação a ações econômicas, legais, éticas e filantrópicas de uma entidade. Assim, direcionando as decisões de um indivíduo quanto as ações a serem colocadas em prática da RSC.

Deste modo, este estudo visa compreender quais os fatores determinantes que influenciam a orientação dos alunos de ensino superior da área de negócios em relação à RSC. Estes fatores podem são valores pessoais, gênero, ideologia política, se participa de programas de voluntariados e a prática de uma religião (Hemingway, 2005; Galvão et al., 2019). Argumenta-se que a escolha desses fatores se dá porque os valores pessoais são importantes objetivos ou padrões de vida que atuam como princípios norteadores dos indivíduos (Franco et al., 2017); que o gênero na maioria dos estudos acerca da RSC tem evidenciado diferenças significativas entre homens e mulheres; que a religião é um fator que exerce peso sobre a moral da sociedade e do vínculo que possuiu com a construção de caráter (McDaniel; Burnett, 1990); que o posicionamento político pode ser uma importante forma de expressão social e geradora de grandes repercussões (Tedin, 1987); e que a realização de trabalhos voluntários e a inclinação de exercer mais práticas ligadas a RSC podem afetar positivamente nas orientações de RSC.

Para a RSC seguiu-se a proposta de Carroll (1979) que a divide em quatro dimensões de responsabilidade sendo aspectos econômicos, legais, éticos e discricionários (voluntários ou filantrópicos). A responsabilidade econômica requer uma gestão eficiente para maximizar os lucros para os proprietários ou acionistas, fornecendo bens e serviços para atender à demanda do mercado. A responsabilidade legal compreende a administração de acordo com o atual quadro legal. Para serem éticas, as organizações empresariais devem agir com justiça, equidade e imparcialidade e respeitar sempre as normas sociais. Finalmente, a responsabilidade filantrópica deve ser puramente voluntária (Carroll, 1991; Galvão et al., 2019).

Além disso, esta pesquisa adota a premissa de que o indivíduo atualmente é capaz de ter uma visão mais dinâmica, inclusive quanto aos aspectos de ORSC, do que aquele respondente de

PALAVRAS-CHAVE
RSC; Gênero;
Voluntariado;
Política; Religião.

PALABRAS CLAVES
RSC; Gênero;
Voluntariado;
Política; Religión

KEYWORDS
RSC; Gender;
Volunteering;
Politics; Religion.

CÓDIGOS JEL
M10; M12; M14

Carroll (1979) e Aupperle (1982). A escolha da amostra em discentes de graduação justifica-se por tomar como base os alunos de ensino superior, futuros proprietários, gestores e integrantes das organizações. Entender como fatores individuais afetam na orientação de RSC é importante para evidenciar quais dimensões da RSC podem ser identificados diretamente nos valores do indivíduo, mesmo antes de se incorporar à organização, bem como eventuais lacunas a serem desenvolvidas após serem integrados a ela.

2. Referencial Teórico

2.1. Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e Orientações de (RSC)

A RSC foi definida por Howard Bowen em 1957 como o conjunto de obrigações que os tomadores de decisões seguem para alinhar suas entidades aos valores e fins da sociedade. Na década de 1970, a temática de RSC passou a ser recorrente nos debates acerca de problemas sociais, e para isso Carroll (1979) propôs um modelo com quatro perspectivas, sendo elas econômica, legal, ética e social.

A responsabilidade econômica é declarada como o pressuposto de que em uma sociedade capitalista espera-se das entidades participação ativa da movimentação econômica ao grupo que pertence. Isso pressupõe uma gestão mais eficiente voltada para a maximização dos lucros e atendimento à demanda do mercado (Galvão et al., 2019). A responsabilidade legal foi conceituada na forma que as organizações executam suas atividades de acordo com os códigos de leis que rege sua localidade. Tal responsabilidade permite que a organização alcance altos níveis de conduta moral e ética. Por seu turno, a responsabilidade ética vai além da obrigatoriedade legal, enquanto a responsabilidade social/discriminatória condiz com atitudes benéficas para a sociedade, porém sem retorno monetário esperado, como filantropia, doações e projetos sociais (Ibrahim; Howard; Angelidis, 2008). Esse conjunto de ações podem levar a maior desempenho financeiro e maior credibilidade perante as partes interessadas (Lee; Hug, 2018).

Por sua vez a orientação de RSC (ORSC) é definida como a orientação do indivíduo em relação a ações econômicas, legais, éticas e filantrópicas de uma entidade (Aupperle, 1982). Essa orientação direciona as decisões de um indivíduo quanto as ações a serem colocadas em prática da RSC e amplia a compreensão do papel social das organizações (Burton; Goldsby, 2009).

Em 1982, Aupperle (1982) usou uma pesquisa de escolha forçada composta de 20 perguntas para avaliar a orientação dos indivíduos, e anos mais tarde Aupperle et al. (1985) compararam os valores das orientações com informações de retorno sobre ativos das empresas participantes da pesquisa. Aupperle (1982) concluiu que as tendências das orientações de RSC no domínio econômico eram inversas às do domínio ético e tinham uma correlação negativa com a preocupação com o rótulo da sociedade dos três domínios não econômicos combinados. Isso evidenciou que, quanto mais orientado economicamente o gestor, menor ênfase ele (ou seja, a empresa) atribuiu aos domínios ético, legal e filantrópico.

As pesquisas de Aupperle (1982) e Aupperle et al. (1985) formaram a base de diversos estudos subsequentes que mediram as orientações de RSC de gerentes, e se estenderam para outras partes interessadas (Galvão et al., 2019), como investidores, funcionários e alunos (Tang; Tang, 2018). Empiricamente, alguns estudos atestaram que fatores como gênero (Quintana-García et al., 2018), valores pessoais (Ibrahim et al., 2003), religião (Ibrahim et al., 2008), ideologia política (Galvão et al., 2019) e filantropia (Galvão et al., 2019) determinam a orientação de um indivíduo para RSC.

2.2. Fatores determinantes para a ORSC

As organizações com práticas socialmente responsáveis contribuem para atenuação das desigualdades sociais. Para uma organização colocar em prática as ações voltadas para a RSC ela tem alguns fatores determinantes, que muitas vezes são relacionadas aos seus gestores/proprietários. Estes determinantes podem ser valores pessoais, gênero, orientação religiosa, ideologias políticas, etc. (Ibrahim et al., 2003; Ibrahim et al., 2008; Quintana-García et al., 2018; Galvão et al., 2019).

Os valores pessoais são expressos pelo indivíduo e são socialmente influenciáveis pelo meio em que vive e que se refletem em suas atitudes e comportamentos (Hemingway, 2005). Ademais, são os referenciais adotados ao longo da vida para direcionar a forma de interagir com o mundo em diversas situações (Franco et al., 2017). A forma como o indivíduo se comporta pode afetar a orientação de responsabilidade organizacional ou regional (Bondy; Starkey, 2014).

Para Williams Jr. (1979), todo comportamento é um resultado do confronto de especificidades com motivações precisas, parcialmente definidas por um conjunto de crenças pessoais. Assim, Parashar et al. (2004) afirmam que são os valores pessoais que guiam a percepção e o comportamento humano, pois é a partir deles que são traçadas as linhas de julgamento do que é certo e errado, o que se anseia e o que faz bem. Já Haski-Leventhal et al. (2017) indicam que os valores pessoais são determinantes relevantes, pois explicam com maior detalhe o perfil dos participantes.

Nessa linha, Galvão et al. (2019) confirmaram empiricamente que os valores pessoais estão associados à ORSC. Entretanto, para os autores sua influência na dimensão ética da RSC parece ser significativamente maior. Dessa forma, a partir da premissa de que os valores pessoais influenciam diretamente nas escolhas individuais e como são julgadas certas atitudes ocorridas na sociedade como um todo, conjectura-se a seguinte hipótese:

H1: Os valores pessoais dos indivíduos influenciam positivamente suas ORSC.

Outro elemento determinante é o gênero, o qual é objeto de estudo de diversas áreas científicas, dado as diferenças que são atribuídas a ele. O gênero é uma das características que está relacionada a uma distinta visão de mundo, cujos resultados evidenciam-se claramente adversos (Quintana-García et al., 2018).

A respeito da RSC, por exemplo, o comportamento é claramente adverso entre os gêneros (Quintana-García et al., 2018). Em alguns estudos, as mulheres se mostraram mais dispostas a filantropia do que os homens, pois elas seguem padrões éticos com mais facilidade e quando participam diretamente da tomada de decisão são mais propensas as ações beneficentes (Ibrahim; Angelidis, 1991; McDonald; Scott, 1997).

Embora o gênero feminino indique maior sensibilidade à ORSC, diferentes efeitos foram encontrados na literatura, atribuindo ao gênero a capacidade de influenciar outras variáveis (Murphy; MacDonald; Antoine; Smolarski, 2019). No entanto, vale ressaltar que os resultados de que um gênero é ou não mais propício à adoção de práticas de RSC, ainda é considerado impreciso e a partir disto faz-se necessário mais pesquisas a respeito do assunto (Alonso-Almeida et al., 2014).

A diferença de gênero afeta as decisões éticas e a empatia do indivíduo, indicando influência em outros elementos (Dal Mas; Paoloni, 2019). Desse modo, conjectura-se a hipótese de que as mulheres atribuem maior importância às responsabilidades éticas e filantrópicas de uma organização quando comparado aos homens, com maior percepção da dimensão econômica (Galvão et al., 2019). Assim, apresenta-se a seguinte hipótese:

H2: Indivíduos do gênero feminino atribuem maior importância à responsabilidade ética e filantrópica em comparação aos do gênero masculino.

A religião é outro fator que se apresenta relevante para esta pesquisa e é definida como um credo em um poder ou ser de poder divino que recompensa certo conjunto de comportamentos durante a vida (McDaniel; Burnett, 1990). A grande maioria dos indivíduos possuem uma religião e a usam como norteadora para diversas abordagens do convívio social.

Para Cornwell et al. (2005) a religião é um subconjunto cultural capaz de modelar valores nos indivíduos e, conseqüentemente, afeta as atitudes destes. Brammer et al. (2007), destacaram em sua pesquisa que pessoas que praticam a religião atuam com concepções da RSC mais rigorosas do que aqueles que não. A religiosidade do indivíduo apresenta relação positiva com a ética nos negócios (Dewanta; Machmuddah, 2019).

Comportamentos antiéticos são reprimidos por distintas religiões (Nickerson; Pleshko; McGee, 2009). Desse modo, partindo dessas influências, analisar a religião como variável que afeta questões morais dentro de uma das abordagens da RSC faz-se de grande relevância. Nesse contexto, James, McGee, Benk e Budak (2019) indicam que a literatura religiosa em várias vertentes mais antigas relaciona o cumprimento de obrigações como um dever ético pois seria desonesto desobedecer a qualquer lei. No entanto vertentes mais protestantes e modernas aceitam a possibilidade de ser considerado ético desobedecer a leis, regulamentos e práticas injustas, o que permitiria o indivíduo avaliar a legitimidade do contexto para aplicar a norma moral pessoal.

A religião possui reflexos nas relações sociais e profissionais, validado no contexto cultural brasileiro (Esperandio; August; Viacava; Huber; Fernandes, 2019). Para esta pesquisa, adotou-se como paradigma a religião indicada com maior amostra, a católica, coincidente com a amostra de Galvão et al. (2019), que identificou que alunos com orientação religiosa católica atribuem maior importância à responsabilidade filantrópica enquanto alunos sem orientação religiosa atribuem maior importância à responsabilidade legal. Com isso expõe-se a seguinte hipótese:

H3: Indivíduos com orientação religiosa atribuem maior importância à responsabilidade filantrópica do que aqueles que não têm orientação religiosa católica.

O próximo fator é a orientação política. Tedin (1987) classifica a ideologia política como a expressão de valores, adotados desde cedo e, que determina o julgamento de situações específicas e gerais da sociedade. A difusão de uma ideologia é refletida ou incorporada em práticas sociais e nas organiza-

ções, fornecendo um conjunto de princípios orientadores para os indivíduos e sociedade (Tedin, 1987; Li; Soobaroyen, 2020).

Tetlock (2000) em seu trabalho com CEOs diferenciou-os em orientações (ou ideologias) políticas liberais e conservadores, no entanto, em diferentes sistemas políticos existentes no mundo, há outras nomenclaturas nacionais distintas. Chin et al. (2013) classificaram os indivíduos com orientações liberais como a parcela mais sensível as demandas sociais da população, e, portanto, mais inclinados aos comportamentos maleáveis aos direitos humanos, enquanto McClosky e Zaller (1984) rotularam os conservadores como focados nas necessidades empresariais, e que tendem a ter ênfase na autoridade e estabilidade de vida. Os primeiros são categorizados como mais atentos as questões sociais e ambientais e não focam apenas na geração de lucros. Já os conservadores preocupam-se em gerir as organizações com enfoque totalmente direcionado a geração de lucros para os stakeholders (Tetlock, 2000).

A ideologia política tende a ter maiores reflexos nas práticas e controles sobre a base econômica (Li; Soobaroyen, 2020), revela influência na ética do indivíduo e da organização (Tsalikis; Van Solt, 2019), e indicam a valorização de determinadas orientações (Galvão et al. (2019). Assim, as dimensões de RSC estão em constante interação com as diversas forças ideológicas políticas. A partir destas observações foi estabelecida a hipótese:

H4: Indivíduos com ideologias políticas mais liberais possuem maior nível de responsabilidade social e responsabilidade ética do que aqueles com ideologias mais conservadoras.

A atividade voluntária é definida como esforço pessoal dos indivíduos em benefício de outras pessoas ou grupos, por escolha pública e de natureza proativa (Wilson, 2000). O voluntariado é observável em integrantes da sociedade também como ritual para obtenção de reconhecimento social (Kaya; Yeniaras; Kaya, 2019). Nos últimos anos as atividades voluntárias cresceram substancialmente desencadeando interesses de diversas pessoas, especialmente dos alunos universitários (Wilson, 2000).

A literatura que relaciona o voluntariado às práticas da RSC é limitada, porém a escolha da atividade voluntária está diretamente ligada as crenças e valores de cada indivíduo (Kaya; Yeniaras; Kaya, 2019); e que os indivíduos aptos ao trabalho voluntário respondem com maior tempestividade às demandas sociais (Gillespie Finney et al., 2014). Destaca-se também que pessoas sem concepções umas das outras estão mais propícias a exercer atividade voluntária procurando o bem-estar coletivo sem considerar a religião comum ou diferença étnica (Phillips; Ziller, 1997).

No meio organizacional, Piliavin e Chang (1990) observaram que os funcionários podem ser motivados por ações voluntárias, pois ao participarem de atividades filantrópicas da empresa, seu desempenho no trabalho aumenta. Este relacionamento pode ser mais amplo quando se relaciona a orientação social do indivíduo com o escopo da atividade da organização. Nessa mesma linha, Galvão et al. (2019) observaram que a participação voluntária em prol da sociedade está positivamente associada às dimensões econômica, legal e filantrópica da RSC. Com essas observações, apresenta-se a seguinte hipótese.

H5: Indivíduos que participam de atividades voluntárias estão mais comprometidos com a responsabilidade filantrópica.

.....

3. Metodologia

3.1. População e amostra

Este estudo foi realizado por meio de pesquisa de levantamento (*survey*). Sua realização se deu a partir da aplicação de um questionário para 340 alunos dos cursos de Administração, Ciências Contábeis, Ciências Econômicas, Processos Gerenciais e Turismo de uma instituição de ensino superior federal localizada na região centro-oeste brasileira. A aplicação foi realizada presencialmente por dois autores desta pesquisa no decorrer do mês de novembro de 2019. Assim, a amostra final foi não probabilística por acessibilidade, devido ao acesso dos alunos.

3.2. Variáveis da pesquisa

As variáveis do estudo respaldam-se na literatura acerca da orientação para RSC, e foram captadas a partir do instrumento de pesquisa que foi composto por 3 blocos. O primeiro buscou verificar o nível de concordância dos respondentes em relação as orientações da RSC mensurado por escala *likert* de 5 pontos (discordo totalmente a concordo totalmente). Ele foi composto por 4 variáveis sendo as dimensões de responsabilidade (econômica, legal, ética e filantrópica), traduzidos e adaptados de Aupperle (1982), Aupperle et al. (1983, 1985) evidenciados por Ehie (2016) e Galvão et al. (2019).

O segundo bloco tratou dos valores pessoais os quais direcionam os comportamentos e relacionamentos sociais que foi traduzido e adaptado de Kahle (1986) e Galvão et al. (2019). Os respondentes foram questionados a respeito do nível de importância do valor para si, os quais foram mensurados a partir de uma escala *likert* sendo (1) sem importância e (5) extremamente importante.

O terceiro bloco foi direcionado para levantar as características de perfil da amostra como gênero (Quintana-García et al., 2018); idade, religião (orientação religiosa católica, outras) (Ibrahim et al., 2008); ideologia política (isto é, extrema esquerda, esquerda, centro esquerda, centro, centro direita, direita, extrema-direita e nenhuma ideologia política) (Galvão et al., 2019), e participação em atividades voluntárias (Galvão et al., 2019).

3.3. Procedimentos de análise dos dados

Os dados obtidos foram tratados por meio dos *softwares* SPSS versão 22 e *Smart PLS* 3.0. Inicialmente efetuou-se a caracterização dos respondentes utilizando-se da estatística descritiva, por meio de frequência e porcentagens.

Para investigar se os valores pessoais influenciam ou não as dimensões de orientação de RSC, utilizou-se a técnica de Equações Estruturais a qual justifica-se por testar empiricamente um conjunto de relacionamentos de dependências pelo modelo que operacionaliza a teoria. Na sequência, analisou-se a influência dos fatores externos nas dimensões de orientação da RSC, utilizando o teste de Análise de Variância de um fator de *Kruskal-Wallis* por postos. Este teste analisa se K grupos originam-se de populações de medianas diferentes e foi efetuado em confronto com a variável RSC (Fávero et al., 2009).

4. Análise e discussão dos resultados

4.1. Perfil dos respondentes

Na **Tabela 1**, evidencia-se o perfil dos respondentes da pesquisa.

Tabela 1 - Perfil dos respondentes

<i>Gênero</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>Faixa Etária</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
<i>Masculino</i>	187	55%	De 17 a 20 anos	153	45%
<i>Feminino</i>	153	45%	De 21 a 24 anos	97	28,53%
<i>Total</i>	340	100%	De 25 a 28 anos	46	13,53%
<i>Semestre do curso</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	De 29 a 40 anos	33	9,71%
<i>2º sem.</i>	112	32,94%	Acima de 41 anos	11	3,24%
<i>3º e 4º sem.</i>	98	28,82%	<i>Total</i>	340	100,00%
<i>5º e 6º sem.</i>	86	25,30%	<i>Participação voluntariado</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
<i>7º e 8º sem.</i>	44	12,94%	Não	263	77,35%
<i>Total</i>	340	100,00%	Sim	77	22,65%
<i>Trabalho</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>Total</i>	340	100,00%
<i>Estágio</i>	119	35%	<i>Ideologia política</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
<i>Empregado</i>	86	25,30%	Nenhuma	203	59,71%
<i>Serviço Público</i>	23	6,76%	Esquerda	30	8,82%
<i>Autônomo</i>	32	9,41%	Centro	50	14,71%
<i>Não trabalha</i>	80	23,53%	Direita	57	16,76%
<i>Total</i>	340	100,00%	<i>Total</i>	340	100,00%
<i>Curso</i>	<i>N</i>	<i>%</i>	<i>Religião</i>	<i>N</i>	<i>%</i>
<i>Administração</i>	151	44,41%	Católico	122	35,88%
<i>Ciências Contábeis</i>	103	30,29%	Evangélico	92	27,06%
<i>Ciências Econômicas</i>	42	12,35%	Espiritismo	24	7,06%
<i>Processos gerenciais</i>	28	8,24%	Outras	17	4,99%
<i>Turismo</i>	16	4,71%	Nenhuma	85	25%
<i>Total</i>	340	100%	<i>Total</i>	340	100,00%

Fonte: Dados da pesquisa (2020)..

Os dados evidenciam que 55% dos acadêmicos da pesquisa são do gênero masculino, enquanto 45% feminino. A maioria (45%) dos respondentes possui idade entre 17 e 20 anos.

Em relação a fase do curso, observa-se que aproximadamente 33% dos acadêmicos estão no 2º semestre do curso de graduação, seguidos pelos que cursam o 4º semestre (28,82%) e pelos do 6º semestre (24,71%), em resumo, 61,76% dos respondentes estão na primeira metade do curso. Os 340 respondentes estão cursando, em sua maioria, Administração (44,41%) e Ciências Contábeis (30,29%).

Outro questionamento realizado foi em relação a participação de programas de voluntariado o qual vem crescendo em popularidade nos últimos anos, o que desencadeou um aumento substancial nos estudos dessas atividades em diferentes campos. A partir dessa motivação constatou-se que dos 340 acadêmicos apenas 22,65% exercem alguma participação voluntária. Destes, os acadêmicos estão inseridos em ações voluntárias com igrejas católicas e evangélicas, júri popular, ações humanitárias em ONGs, doações de sangue, entre outras.

No tocante as religiões destacam-se que a maioria dos respondentes é praticante da religião católica (35,88%), seguidos pelos evangélicos (27,06%), além de 41 respondentes de outras sete religiões e 85 deles que indicaram não possuir nenhuma religião. Por fim, em relação ao trabalho, verifica-se que 35% dos acadêmicos estão exercendo atividades de estágio, seguidos de 25,30% que são empregados de empresas privadas, assim, embora trate-se de alunos, um percentual significativo (76%) possui vivência no mercado profissional. Outra quantidade representativa é daqueles que ainda não estão trabalhando e que representa 23,53%.

4.2. Equações estruturais

Para aplicação da técnica de Equações Estruturais seguiu-se as etapas de modelo de mensuração e modelo estrutural. Para o modelo de mensuração empregaram-se: (i) validade de convergência a partir da variância média extraída (*Average Variance Extracted - AVE*) que representa a quantidade de variância compartilhada entre os indicadores de cada uma das variáveis latentes (Hair Jr. et al., 2014); (ii) validade discriminante aplicada para verificar se a raiz quadrada da AVE de cada uma das suas construções de primeiro nível é maior do que qualquer das correlações entre a construção de primeiro nível e demais (Fornell; Larcker, 1981); (iii) confiabilidade composta, que é uma medida de consistência interna dos indicadores do construto (Hair Jr. et al., 2014). Para o modelo estrutural avaliou-se a significância de cada caminho, aplicada pela técnica de *Bootstrapping* (Hair Jr. et al., 2014).

Tabela 2. Validades

Variáveis	Confiabilidade composta	AVE	Validade Discriminante					
				REC	REF	RET	RL	VP
REC	0,750	0,502	REC	0,709				
REF	0,857	0,430	REF	-0,025	0,656			
RET	0,771	0,458	RET	0,140	0,421	0,676		
RL	0,802	0,575	RL	0,067	0,284	0,364	0,758	
VP	0,818	0,468	VP	0,177	0,334	0,252	0,245	0,607

Nota: REC: Responsabilidade econômica; REF: Responsabilidade filantrópica; RET: Responsabilidade ética; RL: Responsabilidade legal; VP: Valores pessoais.

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Nota-se, na **Tabela 2**, em relação aos índices da AVE que apenas dois indicadores estão com valores inferiores a 0,50, que é o indicado (REC e RL). Os outros três REF, RET, VP não atingiram o esperado mas aceita-se a continuidade do modelo dado que as perguntas destes indicadores serem ainda exploratórias. Dessa forma sugere-se pesquisas futuras incorporarem outros itens para capturar melhor o construto.

Para testar a validade discriminante, verificou-se a correlação entre as variáveis latentes sustentado pelo critério de Fornell e Larcker. Segundo os resultados os indicadores são todos aceitáveis e por isso deu-se continuidade com o procedimento.

Antes da análise dos caminhos, avaliou-se os ajustes gerais do modelo pelos indicadores de Relevância Preditiva, pelo indicador de Stone-Geisser (Q^2) e Tamanho do efeito (f^2). Para se obter a Relevância Preditiva, faz-se necessário o processamento da técnica blindfolding e observou-se que o modelo atual se aproxima ao esperado (Hair Jr. et al., 2014). No tocante ao tamanho do efeito, este avalia o quanto o construto é útil para o ajuste do modelo, assim, considera-se um efeito de tamanho pequeno (0,02), médio (0,15) e grande (0,35) (Hair Jr. et al., 2014). Este também avalia se há um impacto substancial na variável dependente quando uma variável independente é omitida. Assim, ambos os indicadores foram atendidos pelos resultados obtidos.

Com base dos resultados obtidos na avaliação do modelo estrutural observou-se os caminhos entre os construtos analisados (Tabela 3).

Tabela 3. Análise de caminhos

Caminhos	β	Desvio Padrão	t-valor	p-valor	Hipótese
VP → REC	0,177	0,050	3,525	0,000***	H ₁
VP → REF	0,334	0,048	6,955	0,000***	
VP → RET	0,252	0,046	5,491	0,000***	
VP → RL	0,245	0,048	5,101	0,000***	

Nota 1: ***p<0,01.
Fonte: Dados da pesquisa (2020).

A partir dos achados confirmou-se a conjectura da primeira hipótese de que os valores pessoais afetam positiva e significativamente nas dimensões de orientação da RSC. Isso confirma que os valores pessoais podem afetar o indivíduo a ter direcionamentos voltados para a orientação de RSC ao perceberem que os direcionamentos de uma organização voltadas ao seu papel na sociedade é de grande relevância.

Os resultados estatísticos, portanto, corroboram a H1, uma vez todas relações foram significantes a 1%. Percebeu-se também que a relações entre valores pessoais e as dimensões filantrópica de orientação da RSC (β : 0,334) e ética (β : 0,252) foram os maiores que os demais (legal β : 0,245; e econômica β : 0,177). Isso indica que os respondentes percebem que é especialmente por compromissos filantrópicos e éticos que as organizações conseguem criar vínculos com seus *stakeholders* e com a sociedade em geral, e com isso estabelecer altos níveis de fidelização. De acordo com Dias (2014), os *stakeholders*, em especial os clientes, apresentam expectativas de interagir com empresas que evidenciem interesse por caridade e causas humanitárias e compartilham seus lucros com os menos favorecidos.

Estes resultados evidenciam que os alunos entendem que apenas cumprir a lei não faz uma empresa socialmente responsável. Contudo, uma empresa que cumpre com a lei é bem vista por seus *stakeholders*, impactando no relacionamento com eles. Por isso, entendem como relevantes as orientações filantrópicas e éticas. Esses resultados corroboram parcialmente evidências e indicações da literatura (Parashar et al., 2004; Hemingway, 2005; Franco et al., 2017) e podem futuramente ser novamente testadas de preferência com profissionais atuantes no mercado profissional.

4.3. Teste de Kruskal-Wallis

A **Tabela 4** apresenta os resultados da aplicação do teste Kruskal-Wallis para avaliação dos valores pessoais e as dimensões de orientação de RSC.

Tabela 4 - Resultados Kruskal-Wallis

Fatores pessoais	Dimensões	Qui-quadrado	Df	Sig.
Gênero	REC	2,141	1	0,143
	RL	2,87	1	0,090*
	RET	3,325	1	0,068*
	REF	13,171	1	0,000***
Religião	REC	9,294	10	0,504
	RL	9,169	10	0,516
	RET	7,482	10	0,679
	REF	14,288	10	0,160
Política	REC	4,06	3	0,255
	RL	1,148	3	0,765
	RET	2,266	3	0,519
	REF	5,336	3	0,149
Voluntariado	REC	0,354	1	0,552
	RL	1,41	1	0,235
	RET	0,149	1	0,699
		0,791	1	0,374

Nota 1: *p<0,10; **p<0,05; ***p<0,01.
Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Verifica-se que os resultados do teste *Kruskal-Wallis* para a variável gênero apresenta diferenças estatisticamente significativas ($\chi^2 = 13,171$) entre as medianas de gênero e orientação de RSC filantrópica. Para as outras variáveis, os testes apontaram valores de (REC $\chi^2 = 2,141$; p = 0,143; RL $\chi^2 = 2,870$; p = 0,090; e RET $\chi^2 = 3,325$; p = 0,068) o que não configura significância estatística para inferir comportamentos distintos entre grupos.

No tocante a hipótese de que indivíduos do gênero feminino atribuem maior importância à responsabilidade ética e filantrópica do que os do gênero masculino confirmou-se de forma parcial a H2 pois, os resultados evidenciaram que apenas a responsabilidade filantrópica foi significativa, sendo maior para as mulheres ($\bar{x} = 3,968$) do que para os homens ($\bar{x} = 3,703$). Essas ações são guiadas pelo desejo de engajamento em papéis sociais não legalmente obrigatórios e que estão tornando-se cada vez mais parte integrante das estratégias organizacionais. Essas responsabilidades incluem atividades que não são impostas às organizações, nem por lei, normas éticas ou por necessidades econômicas (Carroll, 1979).

Isso está em linha com os estudos de Ibrahim e Angelidis (1991) e McDonald e Scott (1997) de que as mulheres se mostraram mais dispostas a filantropia do que os homens, ou seja, possuem uma maior percepção da relevância das ações beneficentes. Esses resultados também corroboram parcialmente os achados de Galvão et al. (2019), de que as mulheres são mais fortemente orientadas para a ética e a filantropia enquanto os homens seriam mais orientados para a dimensão econômica.

Para a H3 que conjecturou a influência da religião na RSC, não se observou diferenças estatisticamente significativas entre as distintas manifestações religiosas e as dimensões de orientação da RSC. Com isso, na presente amostragem e com a categorização livre de denominação religiosa não se confirmou os resultados da premissa de que religião é um fator capaz de modelar valores nos indivíduos e, conseqüentemente, afeta as atitudes destes em relação a relação à RSC (Cornwell et al., 2005). Assim, os resultados não corroboram os achados de Galvão et al. (2019) que identificou diferenças na dimensão da RSC para diferentes orientações religiosas. Embora o resultado não tenha sido corroborado a orientação religiosa é reconhecida como direcionadora do convívio social do indivíduo.

Com relação a H4, de que indivíduos com ideologias políticas mais liberais estão mais preocupadas com a responsabilidade social e ética do que aqueles mais conservadores, não foi possível confirmar. Os resultados não corroboram as indicações de McClosky e Zaller (1984), Chin et al. (2013) e Galvão et al. (2019). Na presente amostra os resultados dos diferentes posicionamentos político-ideológicos não foram significativamente distintos, ou seja, as percepções de RSC não se demonstraram distintas para diferentes percepções políticas, o que em parte pode ser influenciada pela pulverização de partidos no sistema eleitoral brasileiro.

Para a variável participação em programas de voluntariado também não foi possível evidenciar diferenças estatisticamente significativas com a dimensão filantrópica de orientação da RSC, não permitindo confirmar a H5. Assim, as premissas estabelecidas por Phillips e Ziller (1997) de que pessoas que estão mais propícias a exercer atividade voluntária procuram o bem-estar coletivo, não se destacou na percepção quanto às práticas de RSC em relação àqueles indivíduos que não praticam atividades voluntárias.

Os resultados podem ter sido influenciados pela baixa participação dos respondentes em ações voluntárias (apenas 77 de 340 respondentes). Esse número está abaixo do identificado por uma das últimas pesquisas realizadas sobre voluntariado no Brasil (IBGE, 2019) que revelou que apenas 4,3% da população com 14 anos ou mais em 2018 praticaram alguma ação voluntária. Detalhadamente, a incidência foi maior entre mulheres (5%); pessoas com 50 anos ou mais (5%); e ensino superior completo (8%) (IBGE, 2019).

Estes achados, portanto, implicam em maior divulgação do conceito de trabalho voluntário e também das diversas possibilidades existentes pois dentre as razões para não doação de parte do tempo ou energia em benefício de alguma obra ou projeto, é a falta de tempo, por nunca ter sido convidados, porque nunca pensaram nessa possibilidade e porque não sabem onde obter informações a respeito.

.....

5. Conclusões

Este estudo buscou verificar quais os fatores determinantes que influenciam orientações de RSC dos alunos de ensino superior da área de negócios. Dentre os fatores verificou-se os valores pessoais, gênero, ideologia política, participação de programas de voluntariados e a prática de uma religião alinhados aos interesses já explorados por alguns autores (Hemingway, 2005; Quintana-García et al., 2018; Galvão et al., 2019).

Os resultados da H1 sugerem que os valores pessoais afetam as dimensões da RSC. Essas evidências evidenciam que os alunos com esses valores estão mais preocupados com todas as dimensões das RSC. Com vistas a confirmar de que as mulheres atribuem maior importância as responsabilidades éticas e filantrópicas de uma organização quando comparado aos homens testou-se a H2. Porém, confirmou-se que o gênero feminino tem diferenças significativas para as orientações filantrópicas, mas não se confirmou no que diz respeito a ética, tampouco as demais orientações para o gênero masculino.

As demais hipóteses não foram corroboradas, quanto à influência da religião, do posicionamento político e das práticas de voluntariado, que representa que a amostra apresentou resultados divergentes à literatura referenciada. A amostra pesquisada apresentou resultados cujos valores das dimensões apenas não indicaram diferenças significativas para as distintas características censitárias. Os resultados da pesquisa fornecem evidências empíricas que contribuem para o fortalecimento da literatura existente por meio de uma compreensão mais clara dos fatores que influenciam a orientação da RSC.

Durante esta pesquisa, foram identificadas algumas limitações, que devem ser consideradas na interpretação dos resultados e na elaboração de futuros estudos. A primeira limitação é a natureza transversal do estudo, que não fornece *insights* acerca da evolução da orientação da RSC dos alunos. A pesquisa longitudinal seria importante para compreender a influência das políticas das instituições de ensino superior na ORSC dos alunos durante a formação universitária sendo que a presente amostra revela elevada concentração na primeira metade da graduação. Por si só poderia ser considerado um achado caso revele-se que alunos de final de curso apresentem diferenças significativas comparados aos de início de curso, revelando os efeitos do processo de ensino na construção dos valores morais do indivíduo.

A segunda limitação é que a amostra foi restrita a uma instituição de ensino. Com isso, pesquisas futuras podem tentar abordar alunos de diferentes instituições. Outra limitação a se considerar são as categorizações do instrumento, visto que o elevado número de categorias, principalmente de orientação religiosa e política que podem levar a inaplicabilidade do método. Estudos futuros podem adotar agrupamentos de orientação religiosa, como exemplo cristãos, muçulmanos etc., ou a frequência da prática religiosa em escalas *likert*, como não praticante há muito praticante, enquanto a percepção política poderia captar a bipolaridade de muito liberal a muito conservador.

Por fim, a outra limitação é o uso de questionários respondidos diretamente e presencialmente pelos respondentes em uma pesquisa que avalia aspectos comportamentais. Isso pode ser considerada uma limitação, dado a possibilidade de obtenção de respostas mais voltadas ao desejo de se confirmar as relações pretendidas do que à realidade dos alunos.

References

- Acemoglu, D. (2003). *Patterns of skill premia*. *The Review of Economic Studies*, 70(2), 199-230.
- Alonso-Almeida, M. D. M.; Fernández de Navarrete, F. C.; Rodríguez-Pomeda, J. (2015), "Corporate social responsibility perception in business students as future managers: a multifactorial analysis", *Business Ethics: A European Review*, 24(1), 1-17.
- Aupperle, K. E., (1982). "An empirical inquiry into the social responsibilities as defined by corporations: An examination of various models and relationships". Ph.D. dissertation, University of Georgia, Georgia, United States.
- Aupperle, K. E.; Hatfield, J.D.; Carroll, A. B. (1983). "Instrument development and application in corporate social responsibility". *Academy of Management Proceedings*, 8 (1), 369-373. <https://doi.org/10.5465/ambpp.1983.4976378>
- Aupperle, K. E.; Carroll, A. B.; Hatfield, J. D. (1985). "An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability". *Academy of management Journal*, 28(2), 446-463.
- Bondy, K.; Starkey, K. (2014), "The dilemmas of internationalization: Corporate social responsibility in the multinational corporation", *British Journal of Management*, 25(1), 4-22.
- Bowen, H. R. (1957). "Responsabilidades sociais do homem de negócios". Editora Civilização Brasileira.
- Brammer, S.; Williams, G.; Zinkin, J. (2007). "Religion and attitudes to corporate social responsibility in a large cross-country sample". *Journal of Business Ethics*. 71(3), 229-243.
- Burton, B. K.; Goldsby, M. (2009), "Corporate social responsibility orientation, goals, and behavior: A study of small business owners", *Business & society*, 48(1), 88-104.
- Carroll, A. B. (1979). "A three-dimensional conceptual model of social performance". *The Academy of Management Review*, 4.
- Carroll, A. B. (1991). "The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders". *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- Chin, M. K.; Hambrick, D. C.; Treviño, L. K., (2013). "Political ideologies of CEOs: The influence of executives values on corporate social responsibility". *Administrative Science Quarterly*. 58(2), 197-232.
- Cornwell, B.; Cui, C. C.; Mitchell, V.; Schlegelmilch, B.; Dzulkiflee, A.; Chan, J., (2005). "A cross-cultural study of the role of religion in consumer's ethical positions". *International Marketing Review*. 22(5), 531-546.
- Dal Mas, F.; Paoloni, P. (2019), "A relational capital perspective on social sustainability; the case of female entrepreneurship in Italy", *Measuring Business Excellence*, 24(1), 114-130. Doi: 10.1108/MBE-08-2019-0086
- Dewanta, M. A., & Machmuddah, Z. (2019). *Gender, Religiosity, Love of Money, and Ethical Perception of Tax Evasion*. *Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis*, 6(1), 71-84.
- Dias, R. (2014). "Marketing ambiental: ética, responsabilidade social e competitividade nos negócios". 2 ed. Editora Atlas SA.
- Ehie, I. C. (2016). "Examining the corporate social responsibility orientation in developing countries: an empirical investigation of the Carroll's CSR pyramid". *International Journal of Business Governance and Ethics*, 11(1), 42755.
- Esperandio, M. R. G.; August, H.; Viacava, J. J. C.; Huber, S.; Fernandes, M. L. (2019), "Brazilian validation of Centrality of Religiosity Scale (CRS-10BR and CRS-5BR)", *Religions*, 10(9), 508.
- Fávero, L. P. L.; Belfiore, P. P.; Silva, F. L. D.; Chan, B. L. (2009). "Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões". Rio de Janeiro: Elsevier.

Fornell, C.; Larcker, D. F. (1981). "Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics".

Franco, I., Moura-Leite, R., Pereira, M. W. G., & Lopes, J. C. D. J. (2017). "Personal values and approach of undergraduates towards corporate social responsibility". *Social Responsibility Journal*, 13(3), 457-472.

Galvão, A.; Mendes, L.; Marques, C.; Mascarenhas, C. (2019). "Factors influencing students' corporate social responsibility orientation in higher education". *Journal of cleaner production*, 215, 290-304.

Gillespie Finney, T., Zachary Finney, R. and O. Parry, R. (2014), "EEO/AA and "doing good": an exploratory study", *International Journal of Law and Management*, 56 (6), 443-458.

Hair Jr, J.F.; Hult, T.M.; Ringle, C.M.; Sarstedt, M.A. (2014). "Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)". Los Angeles: Sage.

Haski-Leventhal, D.; Pournader, M.; McKinnon, A. (2017), "The role of gender and age in business students' values, CSR attitudes, and responsible management education: Learnings from the PRME international survey", *Journal of Business Ethics*, 146(1), 219-239.

Hemingway, C. A. (2005). "Personal values as a catalyst for corporate social entrepreneurship". *Journal of Business Ethics*, 60(3), 233-249.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE. Outras Formas de Trabalho (2019). Disponível em <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101650>. Acesso em 27 de dez. 2019.

Ibrahim, N. A.; Howard, D. P.; Angelidis, J. P. (2003), "Board members in the service industry: An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility orientation and directorial type", *Journal of Business Ethics*, 47(4), 393-401.

Ibrahim, N. A.; Howard, D. P.; Angelidis, J. P. (2008), "The relationship between religiousness and corporate social responsibility orientation: are there differences between business managers and students?", *Journal of Business Ethics*, 78(1-2), 165-174.

Ibrahim, N.; Angelidis, J. (1991). "Effects of Board Members' Gender on Level of Involvement in Strategic Management and Corporate Social Responsiveness Orientation". *Proceedings of the Northeast Decision Sciences Institute*. 208-210.

James, S.; McGee, R. W.; Benk, S.; Budak, T.; Futter, A. (2019), "How seriously do taxpayers regard tax evasion? A survey of opinion in England", *Journal of Money Laundering Control*, 22(3), 563-575. Doi: 10.1108/JMLC-09-2018-0056.

Kable, L. R. (1986). "The nine nations of North America and the value basis of geographic segmentation". *Journal of Marketing*, 50(2), 37-47.

Kaya, I.; Yeniaras, V.; Kaya, O. (2019), "Religiosity, Charitable Giving, Volunteering and Life Satisfaction", SSRN, 3475914. Doi: 10.2139/ssrn.3475914

Lee, Y. M.; Hu, J. L. (2018), "Integrated approaches for business sustainability: The perspective of corporate social responsibility", *Sustainability*, 10(7), 2318. Doi: 10.3390/su10072318.

Li, X.; Soobaroyen, T. (2020), "Accounting, Ideological and Political Work and Chinese multinational operations: A neo-Gramscian perspective", *Critical Perspectives on Accounting*, 102-160.

McClosky, H.; Zaller J., (1984). "The American Ethics: Public Attitudes toward Capitalism and Democracy". Cambridge, MA: Harvard University Press.

McDaniel, S.; W., Burnett, J. J., (1990). "Consumer religiosity and retail store evaluative criteria". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 18(2), 101-112.

McDonald, R. A.; Scott, V. A., (1997). "Attitudes of business and non-business students toward corporate actions". *Teaching Business Ethics*. 1(2), 213-225.

Melo Neto, M. E.; Froes, F. P. F. (2001). "Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial". *A Administração do Terceiro Setor*. 2ª ed. Rio de Janeiro. QualityMark

Murphy, M.J.; MacDonald, J.B.; Antoine, G.E.; Smolarski, J.M. (2019), "Exploring Muslim Attitudes Towards Corporate Social Responsibility: Are Saudi Business Students Different?", *Journal Business Ethics*, 154(4), 1103–1118.

Nickerson, I.; Pleshko, L.; McGee, R. W. (2009), "Presenting the dimensionality of an ethics scale pertaining to tax evasion", *Journal of Legal, Ethical and Regulatory*, 15(1)

Parashar, S.; Dhar, S.; Dhar, U., (2004). "Perception of values: a study of future professionals". *Journal of Human Values*. 10(2), 143–152.

Phillips, S.T.; Ziller, R.C., (1997). "Toward a theory and measures of the nature of non-prejudiced". *Journal of Personality and Social Psychology*. 72(2), 420-434.

Piliavin, J.; Charng, H.W., (1990). "Altruism: a review of recent theory and research". *Annual Review of Sociology*. 16(1), 27-65.

Quintana-García, C.; Marchante-Lara, M.; Benavides-Chicón, C. G. (2018), "Social responsibility and total quality in the hospitality industry: does gender matter?", *Journal of Sustainable Tourism*, 26(5), 722-739.

Tang, Z.; Tang, J. (2018), "Stakeholder corporate social responsibility orientation congruence, entrepreneurial orientation and environmental performance of Chinese small and medium-sized enterprises", *British Journal of Management*, 29(4), 634-651.

Tedin, K. L., (1987). "Political ideology and the vote". *Research in Micropolitics*. 2(1), 63-94.

Tetlock, P. E., (2000). "Cognitive biases and organizational correctives: Do both disease and cure depend on the politics of the beholder?" *Administrative Science Quarterly*. 45(2), 293-326.

Tsalikis, J.; Van Solt, M. (2019), "Business ethics index: the impact of political affiliation", *Social Responsibility Journal*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. Doi:10.1108/SRJ-01-2019-0014

Williams Jr., R. M., (1979). "Change and stability in values and value systems: A sociological perspective". *Understanding human values*. 15, 46.

Wilson, J., (2000). "Volunteering". *Annual Review of Sociology*. 26(1), 215-240.

.....