

## Efeito da Cultura Nacional na Responsabilidade Social Corporativa

## Effect of National Culture on Corporate Social Responsibility

*Ana Julia Batistella(1); Sady Mazzioni(2); Cristian Baú Dal Magro(3)*

1 Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó), Chapecó, SC, Brasil.

E-mail: ana.batistella@unochapeco.edu.br | ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7988-7083>

2 Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó), Chapecó, SC, Brasil.

E-mail: sady@unochapeco.edu.br | ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8976-6699>

3 Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó), Chapecó, SC, Brasil.

E-mail: crisbau@unochapeco.edu.br | ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7609-5806>

**Revista de Administração IMED**, Passo Fundo, vol. 10, n. 1, p. 63-85, Janeiro-Junho, 2020 - ISSN 2237-7956

[Recebido: Outubro 30, 2019; Aprovado: Janeiro 03, 2020; Publicado: Agosto 31, 2020]

DOI: <https://doi.org/10.18256/2237-7956.2020.v10i1.3666>

Sistema de Avaliação: *Double Blind Review*

Editora-chefe: Giana de Vargas Mores

Editor Técnico: Wanduir R. Sausen

Como citar este artigo / How to cite item: [clique aqui/click here!](#)

## Resumo

A literatura reconhece diversos fatores endógenos e exógenos influenciando o comportamento e o desempenho das empresas em Responsabilidade Social Corporativa (RSC). O objetivo do estudo é analisar o efeito da cultura (dimensões de Hofstede) na RSC nos países pertencentes ao BRIC. A amostra compreendeu 397 empresas do Brasil, Rússia, Índia e China, utilizando-se dos testes estatísticos *Kolmogorov-Smirnov*, *Kruskall-Wallis* e *Mann-Whitney*. Os achados apontam que as dimensões culturais de individualismo, distância do poder, indulgência e orientação a longo prazo não se mostraram estatisticamente significativas. Enquanto, o indicador de masculinidade se mostrou negativamente significativo, demonstrando que, em países com culturas masculinas, as empresas apresentam menor desempenho em RSC. A dimensão aversão à incerteza mostrou-se positivamente relacionada, indicando que empresas localizadas em países com maior aversão à incerteza possuem maior propensão de envolvimento com RSC. Adicionalmente, aspectos internos como: tamanho, *big four*, crescimento de vendas e ROA também se mostraram fatores explicativos para o desempenho em RSC. O estudo contribui para pesquisadores, analistas e gestores de empresas atuantes no ramo internacional, considerando que se aprofunda a discussão sobre fatores que impactam no processo de implementação e divulgação da RSC, o que possibilita melhor atendimento às expectativas das partes interessadas na responsabilidade social, considerando as diferenças culturais que podem permitir maior conhecimento para a adequação em mercados distintos. Com base nos resultados, é possível traçar estratégias diferenciadas de atuação para os diferentes mercados, o que proporciona maior confiança aos gestores e segurança aos *stakeholders*.

*Palavras-chave:* Cultura, Responsabilidade empresarial, Características organizacionais, Hofstede

## Abstract

The literature recognizes several endogenous and exogenous factors influencing the behavior and performance of companies in Corporate Social Responsibility (CSR). The aim of the study is to analyze the effect of culture (Hofstede dimensions) on CSR in BRIC countries. The sample comprised 397 companies from Brazil, Russia, India and China, using Kolmogorov-Smirnov, Kruskal-Wallis and Mann-Whitney statistical tests. The findings indicate that the cultural dimensions of individualism, distance from power, indulgence and long-term orientation were not statistically significant. Meanwhile, the indicator of masculinity proved to be negatively significant, showing that in countries with male cultures companies have lower performance in CSR. The dimension aversion to uncertainty was positively related, indicating that companies located in countries with greater aversion to uncertainty are more likely to be involved with CSR. Additionally, internal aspects such as size, big four, sales growth and ROA were also explanatory factors for CSR performance. The study contributes to researchers, analysts and managers of companies operating in the international sector, considering that the discussion on factors that influence the process of implementation and disclosure of CSR deepens, which enables better meeting the expectations of stakeholders in social responsibility, considering the cultural differences that may allow greater knowledge for suitability in different markets. Based on the results, it is possible to outline different operating strategies for different markets, which gives managers greater confidence and stakeholder confidence.

*Keywords:* Culture, Corporate responsibility, Organizational characteristics, Hofstede

## 1 Introdução

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) é definida como o conjunto de ações que visam beneficiar a sociedade e as corporações, levando em consideração a economia, educação, transporte, saúde, moradia e governo. Adicionalmente, reconhece-se que não é possível falar de responsabilidade empresarial sem reconhecer os valores éticos, culturais e morais de uma sociedade (Queiroz *et al.*, 2017).

Para tanto, as organizações terão de aprender a ponderar a necessidade de obter lucros, cumprir as leis, ter uma conduta ética e se envolver de uma forma social nas comunidades em que estão inseridas. Cada vez mais, as novas tecnologias de informação e oportunidades empresariais abertas pela globalização acabam fazendo com que as organizações se familiarizem com os padrões globais. Dentro da globalização, cabe destacar a cultura, tendo em vista que as grandes corporações internacionais, que visam expandir seu mercado, devem estar atentas à diversidade cultural e às noções de direitos humanos, liberdade e participação democrática (Queiroz *et al.*, 2017).

Cultura é denominada como um processo que permite diferenciar os membros de uma nação, região ou grupo étnico (Hofstede, 1994). Na direção dessas diferenças, a relevância e o entendimento referente à RSC, pode ser distinto entre os países e suas culturas (Ho, Wang, & Vitell, 2012). Nesse sentido, pesquisadores desenvolveram estudos a fim de averiguar o impacto da cultura do país na RSC.

Ringov e Zollo (2007) analisam um conjunto de dados de 463 empresas de 23 países da América do Norte, Europa e Ásia. Os achados permitem comprovar, de forma empírica, que movimentos socialmente responsáveis podem advir de características culturais onde estão inseridas. Halkos e Skouloudis (2017) averigam a influência das dimensões culturais de *Hofstede* no nível macro da RSC, ou seja, RSC nacional. O estudo considerou 86 países distintos para a análise, em que se apresentou que a cultura nacional impacta nas ações do país, voltadas para RSC.

Adnan, Hay e Staden (2018) investigam os efeitos da cultura nacional e da governança corporativa nos relatórios de RSC. Os autores avaliam 403 relatórios, pertencentes às empresas da China, Malásia, Índia e Reino Unido, e constataam que as dimensões culturais exercem efeito sobre as organizações, bem como pressões que promovem o movimento corporativo.

Com isso, a relevância de informações relacionadas à cultura, ao ambiente organizacional e à inserção de empresas nos modelos de RSC são perceptíveis. Visto que auxiliam no processo de inserção das organizações nos mercados externos. Percebe-se que os estudos recentes analisam fatores semelhantes, no entanto, não direcionam o olhar para o grupo de países do BRIC – Brasil, Rússia, Índia, China, bem como cabe ressaltar que, nesta pesquisa, são observadas as seis dimensões de *Hofstede*,

considerando que alguns estudos anteriores não analisam as dimensões orientação de longo prazo e indulgência *versus* restrição (Thanetsunthorn & Wuthisatian, 2018).

Sendo assim, expõe-se a seguinte pergunta de pesquisa: De que forma as dimensões culturais nacionais influenciam no desempenho em Responsabilidade Social Corporativa em empresas dos países pertencentes ao BRIC? O objetivo do estudo é verificar se as características culturais nacionais influenciam no desempenho em RSC em empresas dos países pertencentes ao BRIC.

Para tanto, as razões que justificam a elaboração da pesquisa estão atreladas ao fato de que promover análises das características culturais com os mais diversos temas na literatura tem se tornado relevante aos olhos de diversos autores (Braun & Rodriguez, 2008; Taras, Roney, & Steel, 2009; Murphy & Li, 2012). Para a teoria institucional, a cultura é uma forma de compartilhar ideias e crenças de uma sociedade e transferir conhecimento. Portanto, o ambiente social, político, cultural, jurídico ou econômico pode exercer influência na estrutura de uma organização e merece atenção.

Nesse caso, o posicionamento das organizações em relação a práticas e ações oriundas da RSC pode ser justificado considerando fatores culturais dos países em que estão alocadas (Adnan, Hay, & Staden, 2018; Graafland & Noorderhaven, 2018). Portanto, o estudo contribui com a literatura fornecendo evidências sobre os fatores determinantes na divulgação e na adesão de ações relacionadas à RSC.

A realização desta pesquisa está atrelada aos resultados de pesquisas anteriores, haja vista que ainda são divergentes ou inconclusivos, conforme identificados nos estudos de Ioannou e Serafeim (2012) e Graafland e Noorderhaven (2018). Em termos de originalidade, diferencia-se por analisar um conjunto de fatores que podem influenciar na RSC, considerando uma significativa amostra de empresas localizadas em países do BRIC e as diferenças culturais existentes entre eles.

Considerando que o desempenho das organizações em RSC engloba a sua postura em relação à comunidade, aos funcionários, ao meio ambiente e à governança, os dados analisados consistem em informações que proporcionam conhecer as empresas que divulgam relatórios e o nível de RSC implementada. Os resultados podem ser de interesse para pesquisadores, formuladores de políticas, investidores e analistas globais, pois fornecem informações que podem influenciar nas decisões sobre as ações a serem implementadas, visando à interface com a cultura nacional nos países em que as empresas atuam.

## 2 Cultura Nacional

A cultura pode ser definida como o conjunto de crenças e costumes pelas quais as relações sociais são expressas, podendo ser interpretada como um conjunto de padrões para comportamento, considerado autoritativo dentro de uma sociedade (Winthrop,

1991). Hofstede (1980, p. 5) refere-se à cultura como “a programação coletiva das mentes que distingue os membros de um grupo do outro”. Essa programação mental pode existir em diversas camadas e níveis, incluindo nacional, regional, ética, religiosa, gênero e níveis de classe social, além dos níveis organizacional e corporativo (Adnan, Staden, & Hay, 2009).

Com base nessa definição, Hofstede (1980) desenvolveu um estudo com mais de 50 países e, posteriormente, em 2011, apresentou uma teoria base, a qual objetiva expressar o comportamento dos indivíduos apoiada na diversidade cultural. A teoria das dimensões culturais de *Hofstede* se tornou relevante para pesquisas de diversas áreas, inclusive da contabilidade, no âmbito internacional, apresentando valores culturais existentes e como podem afetar o cotidiano das pessoas ou das organizações por meio das diferentes formas de agir. A referida teoria está baseada em seis dimensões: distância do poder; coletivismo x individualismo; aversão à incerteza; masculinidade x feminilidade; orientação de longo prazo x curto prazo; complacência x restrição.

Dessa forma, é possível destacar que a distância do poder pode ser definida como o quanto os membros menos poderosos de uma organização, dentro de determinado país, aceitam a distribuição de poder de forma desigual (Ashraf, Zhenge & Arshad, 2016). Ou seja, a distância do poder refere-se à medida em que a distribuição desigual de poder é tolerada dentro de uma sociedade ou grupo (Adnan *et al.*, 2009). Sociedades que apresentam alta distância do poder são caracterizadas por aceitarem a distribuição e não questionarem os mais poderosos (Furrer, Liu & Sundarshan, 2000). No entanto, aquelas sociedades com baixa distância do poder são onde as pessoas têm poder igual e o avanço social é possível, através da educação, emprego, renda, dentre outras (Hofstede, 2011).

Sociedades coletivistas são definidas como: “onde as pessoas preferem estar em grupo”, enquanto sociedade individualista: “é a medida em que o indivíduo age de forma independente” (Adnan *et al.*, 2009). Em sociedades coletivistas, as pessoas desde o nascimento são incluídas em grupos fortes e, no decorrer da vida, continuam protegendo-se em troca da lealdade inquestionável (Hofstede, 1994).

Evitar a incerteza refere-se à situação em que as pessoas se sentem ameaçadas por situações desconhecidas, ou seja, o grau de desconforto dos indivíduos perante a incerteza ou ambiguidade (Hofstede, 1980; Hofstede, 2001). As sociedades com alta aversão à incerteza costumam manter códigos rígidos de comportamento (Gupta, 2017). Enquanto a sociedade com baixa aversão à incerteza é mais tolerante diante dos fatos que não possui poder para controlar, e existe maior flexibilidade diante do desconhecido (Hofstede, 2011).

Cultura de masculinidade representa uma sociedade em que os homens devem ser assertivos, competitivos, ambiciosos e materialistas; as mulheres devem ser delicadas, modestas e preocupadas com a qualidade de vida. A feminilidade envolve sociedades nas quais homens e mulheres devem ter preferência por carinho, cooperação, modéstia

e qualidade de vida (Graafland & Noorderhaven, 2018). O estudo desenvolvido por Steensma, Marino e Weaver (2000) constatou que os empresários que atuam em sociedades feministas, coletivas e que evitam incertezas dão maior valorização para estratégias cooperativas e maior enfoque na comunalidade, a fim de garantir a troca mútua e o cooperativismo, enquanto sociedades individualistas enfatizam salvaguardas contratuais. Tice e Baumeister (1985) comentam que uma sociedade masculina impede comportamentos voltados ao bem comum, que afeta de forma negativa o meio social e ambiental das organizações.

A orientação de longo prazo varia entre as sociedades que possuem perspectivas e àquelas que são orientadas para o futuro com um âmbito de curto prazo. As culturas de longo prazo fomentam valores pragmáticos direcionados à recompensas, isso inclui a poupança, a persistência e a adaptação às mudanças. Pessoas orientadas para o curto prazo observam o passado e o presente, incluindo o respeito pela tradição, orgulho nacional e o cumprimento das obrigações sociais (Graafland & Noorderhaven, 2018).

Por fim, uma sociedade complacente é aquela que apresenta maior liberdade em busca de aproveitar a vida. Sociedades com complacência permitem que as pessoas se satisfaçam de forma livre diante de suas necessidades e desejos (Hofstede, 2011). Todavia, uma sociedade com repressão, ou seja, menor complacência, é restrita e possui normas rígidas, visando planejamento e disciplina (Gupta, 2017). Desde Hofstede (1980), a cultura tem sido uma palavra presente nos estudos organizacionais. As pesquisas vêm buscando integrá-la de forma mais completa aos estudos de ética e RSC (Christie, Kwon, Stoeberl, & Baumhart, 2003; Jamali & Neville, 2011; Sagar & Singla, 2004).

### 3 Responsabilidade Social Corporativa

A RSC tornou-se um dos temas mais relevantes para a agenda do século XXI e teve um aumento considerável de pesquisas, principalmente a partir dos anos 1990 (Souza & Ribeiro, 2013; Azim, 2016). Turker (2009) entende que esse tema está relacionado diretamente à criação de reflexos positivos para as organizações e para os seus *stakeholders*. Cabe ressaltar que um dos principais meios de comunicação entre empresa e *stakeholders* é o relatório de RSC, dessa forma, o conteúdo apresentado é capaz de influenciar a percepção da sociedade em relação as ações das empresas (Deegan, 2002).

Usualmente, a RSC está vinculada ao desempenho empresarial percebido pelos *stakeholders* (Carroll, 1991), considerando que quanto mais evidente a implementação de RSC, mais estreita torna-se a relação da organização com as partes interessadas (Freguete, Nossa, & Funchal, 2015).

Mesmo que pesquisas anteriores forneçam respostas sobre a importância do tamanho e da indústria em relatórios de RSC (Gray, Kouhy, & Lavers, 1995; Hackston

& Milne, 1996; (Mathews, 1997; Belal, 2008; Owen, 2008; Adnan, Hay, & Staden, 2018), ainda existem evidências inconclusivas em relação aos aspectos contextuais internos que influenciam nos relatórios de RSC, sendo esses: país, contexto cultural, cultura corporativa, governança, certificação ambiental, desempenho ambiental (Adams & Kuasirikun, 2000; Sumiani, Haslinda, & Lehman, 2007; Clarkson, Ly, Richardson, & Vasvari, 2008; Amran & Devi, 2008).

Evidencia-se a importância da cultura e seus aspectos, preocupações éticas e morais no entendimento da RSC, principalmente em uma fase da história em que culturas diversificadas estão mais aproximadas e precisam conviver entre si (Queiroz *et al.*, 2017). É necessário que as organizações priorizem atitudes responsáveis, o respeito aos padrões universais de direitos humanos e participação na sociedade, respeito ao meio ambiente, contribuição para sustentabilidade e maior envolvimento nas comunidades, pois isso afeta o público e os *stakeholders*, bem como faz parte dos comportamentos adequados para a boa imagem da organização (Queiroz *et al.*, 2017).

Cabe verificar que a qualidade da divulgação de RSC aumenta com a existência de comitês de RSC no conselho; e que a cultura nacional têm influência na divulgação. Em resumo, os resultados sugerem que os relatórios de RSC nos mercados emergentes podem ser melhorados através de mudanças na estrutura de governança das empresas (Adnan *et al.*, 2018).

Pucheta-Martinez, Bel-Oms e Rodrigues (2019), Barros, Boubaker e Hamrouni (2013) e Al-Janadi, Rahman e Omar (2013) confirmam que procedimentos de verificação por meio de auditoria, especialmente por empresas *big four*, incentivam a divulgação de forma voluntária de informações relativas à RSC e melhoram a qualidade dos relatórios divulgados pelas empresas. Nesse contexto, cabe considerar a exposição de Nordgren e Wang (2012), pois identificam como uma das principais responsabilidades dos auditores, a instrução referente à divulgação de informações relativas aos temas sociais e ambientais pelas empresas e partes interessadas.

Para tanto, Calixto (2013) ressalta que as publicações relativas a ações responsáveis e sustentáveis são percebidas com maior ênfase em companhias de capital aberto, visto que passam por processos rígidos de supervisão, como o caso das auditorias. O autor destaca que mediante a amostra do estudo desenvolvido, companhias localizadas em países, como o Brasil, foram percebidas como as companhias que mais divulgam informações relativas à RSC, o que pode ter relação com fatores culturais.

Halkos e Skouloudis (2017) aprofundaram o estudo com base nas dimensões de Hofstede, em que exploraram a relação entre RSC e as dimensões de cultura. Os autores criaram um índice de proliferação da responsabilidade social. Diante desse índice e das dimensões de cultura propostas por *Hofstede*, evidenciaram que orientação de longo prazo x orientação de curto prazo e indulgência x restrição afetam

positivamente o índice composto de RSC, enquanto a evitação à incerteza impacta de forma negativa. As demais dimensões foram insignificantes.

Diante de diferentes aspectos sociais e culturais, o entendimento do conceito de RSC e a sua utilização divergem em determinados países. Como exemplo, são evidentes as percepções gerais da RSC entre os cidadãos europeus e os países da América do Norte. Matten e Moon (2004) destacam que o conceito norte-americano de RSC representa o contexto político e estratégico. Na Europa, o conceito de RSC tem foco na organização, na orientação e responsabilidade, portanto, é mais implícito.

É perceptível o grau de importância atribuído à responsabilidade social, quando expostas as características que diferenciam países ou organizações. Esse estudo se destaca, por analisar além das já conhecidas dimensões de individualismo x coletivismo, distância do poder, evitação à incerteza e masculinidade x feminilidade, propostas por Hofstede (2001), por analisar também as dimensões de orientação de longo prazo e indulgência x restrição, inseridas por Hofstede (2011), de forma semelhante ao estudo de Graafland e Noorderhaven (2018).

Halkos e Skouloudis (2017) ressaltam que a cultura pode moldar as especificidades nacionais ou regionais da RSC e que a mesma retém um efeito moderador sobre as atividades voluntárias de autorregulação das entidades empresariais. Ringov e Zollo (2007) adicionam que a mudança socialmente positiva, de forma voluntária, pode ocorrer e ser otimizada por meio de iniciativas que se baseiam em fatores culturais.

Dessa forma, cabe reforçar que a discussão de RSC por meio de fatores culturais é importante, visto que, conforme o conceito da teoria institucional, culturas estão institucionalizadas nas organizações e, por sua vez, exercem efeito sobre as ações de gestão. Sendo assim, podem influenciar de tal forma nas ações voltadas à responsabilidade social.

## 4 Método

A presente pesquisa caracteriza-se quanto aos objetivos como descritiva; quanto aos procedimentos é do tipo documental, pois utiliza dados disponíveis em base de dados e documentos; quanto à abordagem do problema, é de cunho quantitativo, ao utilizar instrumentos estatísticos e econométricos.

A população e amostra deste estudo compreendeu a congruência de informações relacionadas ao Brasil (BRA), Rússia (RUS), Índia (IND), e China (CHN), coletadas em diferentes bases, conforme explicitado na Tabela 1.



**Tabela 1.** Procedimentos de coleta de dados

País	Dados CSR HUB	Dados Thomson (Fase inicial)	Dados Hofstede
China	1725 empresas	4058 empresas mediante filtro de variáveis.	Dados de país
Índia	763 empresas	3019 empresas mediante filtro de variáveis.	Dados de país
Brasil	235 empresas	313 empresas mediante filtro de variáveis.	Dados de país
Rússia	182 empresas	440 empresas mediante filtro de variáveis.	Dados de país

Após a primeira coleta, foram unidas as amostras, considerando apenas empresas que estavam no Rank RSC e que possuíam informações divulgadas na base de dados *Thomson*. Sendo assim, a nova amostra, contendo empresas avaliadas no Rank RSC e os respectivos dados patrimoniais retirados da *Thomson*, ficou: China 221 empresas; Índia 193 empresas; Brasil 40 empresas; Rússia 34 empresas. Contudo, algumas variáveis não apresentaram dados disponíveis na base *Thomson*, sendo mantidas somente as empresas que disponibilizaram informações para todas as variáveis escolhidas.

Empresas incluídas no Rank RSC e com valores disponíveis em todas as variáveis da base de dados *Thomson One Banker*, bem como variáveis de país: China: 190; Índia: 153; Brasil: 34; Rússia: 20.

Amostra total: 397 empresas

**Fonte:** Elaborada pelos autores.

A escolha dos países se deu pelo reconhecimento das diferenças culturais existentes entre eles. Autores, como Queiroz *et al.* (2017), destacam que cada vez mais a cultura tem se mostrado importante para explicar a RSC e, para tanto, a análise dos países pertencentes ao BRIC representa diferenças culturais capazes de proporcionar resultados opostos aos já existentes na literatura.

Para os dados utilizados, considerou-se como data/base a última atualização até o momento da realização da pesquisa. Assim, para as dimensões culturais foram utilizados dados atualizados por Hofstede (2015). Os dados relativos ao desempenho econômico das empresas referem-se ao período de 2018, coletados na base *Thomson One Banker*<sup>®</sup>; e, da mesma forma, os dados relacionados ao desempenho em responsabilidade social corporativa e da publicação de relatório de sustentabilidade foram coletados no sítio eletrônico da *CSRHUB* referente ao período em estudo. A Tabela 2 apresenta o constructo das variáveis de pesquisa.

**Tabela 2.** Constructo da pesquisa

Variável dependente	Métrica	Autores de base	Fonte dos dados
Desempenho em RSC (RSC)	Escala de 0 a 100, sendo que quanto mais próximo de 100, melhor o desempenho em RSC da empresa.	Adnan <i>et al.</i> (2018); Graafland e Noorderhaven (2018).	CSRHUB
Distância do Poder (PDI)	Escala de 0 a 100, em que mais próxima de 100, maior a distância do poder e, mais próxima de 0, menor a distância do poder.	Furrer, Liu e Sudharshan (2000); Taras, Rowney e Steel (2009).	
Individualismo / Coletivismo (IDV)	Escala de 0 a 100, em que mais próxima de 100 maior o individualismo do país e, mais próxima de 0 maior o coletivismo.	Taras <i>et al.</i> (2009); Hofstede (2011).	
Aversão Incerteza (UAI)	Escala de 0 a 100, em que mais próxima de 100, maior aversão à incerteza e, mais próxima de 0, menor aversão à incerteza.	Ho, Wang e Vitell (2012); Gupta (2017).	Hofstede
Masculinidade / Feminilidade (MASC)	Escala de 0 a 100, em que mais próxima de 100, maior a masculinidade do país e, mais próxima de 0, maior a feminilidade.	Graafland e Noorderhaven (2018); Adnan <i>et al.</i> (2018).	
Orientação Longo Prazo / Curto Prazo (LTOWVS)	Escala de 0 a 100, em que mais próxima de 100, maior a orientação em longo prazo e, mais próxima de 0, maior a orientação em curto prazo.	Graafland e Noorderhaven (2018); Hofstede (2011).	
Indulgência / Restrição (IVR)	Escala de 0 a 100, em que mais próxima de 100, maior a complacência e, mais próxima de 0, maior a restrição.	Hofstede (2011); Gupta (2017).	
Auditoria ( <i>big four</i> )	Variável dicotômica, sendo 1 para empresas não auditadas por <i>big four</i> e 2 para as demais.	Barros <i>et al.</i> (2013), Al-Janadi <i>et al.</i> (2013).	
Tamanho (TAM)	LN do valor contábil dos ativos totais da empresa.	Iatridis (2013); Chandok e Singh (2017).	
Valor de Mercado da Ação (VMA)	Preço de fechamento da ação.	Correia, Amaral e Bressan (2008).	Thomson One
Retorno sobre Ativos (ROA)	Lucro Operacional / Ativo Total.	Cohen, Fen e Konar (1997); Zapciu e Hurduzeu (2015).	Banker®
Crescimento de Vendas (CRESCV)	Vendas 2018 - Vendas 2017 / Vendas 2017.	Brito, Brito e Morganti (2009).	
Valor Patrimonial por Ação (VPA)	Patrimônio Líquido / Quantidade de ações	Silva, Ferreira e Calegario (2010).	
Publicação de Relatórios de RSC (RELATO)	Variável dicotômica, sendo 1 para as empresas que não divulgam relatório e 2 para as demais.	Adnan <i>et al.</i> (2018); Graafland e Noorderhaven (2018).	CSRHUB

**Fonte:** Elaborada pelos autores.

Os dados foram coletados e tabulados para consolidar as diferentes bases utilizadas. Para a análise dos dados, realizaram-se o teste de *Kolmogorov-Smirnov*, *Kruskall-Wallis* e *Mann-Whitney*.

## 5 Apresentação e Discussão dos Resultados

Inicialmente, na Tabela 3, apresentam-se os resultados da estatística descritiva das dimensões culturais por país.

**Tabela 3.** Estatística descritiva das dimensões culturais por país

País	PDI	IDV	MASC	UAI	ITOWVS	IVR
Índia	77	48	56	40	51	26
Brasil	69	38	49	76	44	59
Rússia	93	39	36	95	81	20
China	80	20	66	30	87	24

Fonte: Hofstede (2015).

A Tabela 3 apresenta os valores das dimensões culturais de cada país, em escala de 0 a 100, avaliando-os com base nos argumentos de Hofstede (2015) para cada dimensão. Percebe-se que a Rússia apresenta 93 na dimensão distância do poder e a China 80, portanto, considera-se que a Rússia e a China caracterizam-se por serem países onde as pessoas aceitam a distribuição de poder desigual sem questionar os mais poderosos (Ashraf, Zhenge, & Arshad 2016). Diferentemente, Brasil e Índia apresentam valores menores, demonstrando que nem sempre a distribuição de poder é aceita plenamente, esses países são caracterizados por possuírem maior liberdade para opinar e questionar os superiores.

Em relação à dimensão individualismo, é possível inferir que Índia e Rússia apresentaram características mais individualistas que a China e o Brasil, que são países mais coletivistas, ou seja, onde as pessoas preferem grupos em vez de sociedades independentes e zelam umas pelas outras.

Quando analisada a dimensão masculinidade, é possível destacar que a Índia e a China possuem características masculinas, semelhante aos achados de Adnan *et al.* (2018), onde a cultura é voltada para o poder do homem e a inferioridade da mulher (Graanfald & Noorderhaven, 2018). Enquanto isso, Brasil e Rússia apresentam características femininas, voltadas para a qualidade de vida e cooperação. Brasil e Rússia possuem características de aversão à incerteza, sendo que, nos países com maior aversão à incerteza, as pessoas costumam cumprir regras rigorosas para evitar fatos inesperados no decorrer dos processos (Gupta, 2017). Na China e na Índia, essa dimensão apresenta níveis menores, representando maior flexibilidade às mudanças ou imprevistos, conforme expostos por Hofstede (2011).

Os valores indicados na dimensão orientação de longo prazo demonstram que Rússia e China são sociedades com pensamentos voltados ao futuro e com planejamentos de longo prazo, mais adeptas às mudanças e que esperam algo do futuro, diferentemente da Índia e Brasil, que possuem características voltadas ao curto prazo, focadas no passado e presente, conforme proposto por Graafland e Noorderhaven (2018).

Brasil e Índia mostraram-se sociedades caracterizadas pela maior complacência, ou seja, maior liberdade e pensamento voltado à qualidade e sentido da vida, enquanto China e Rússia sociedades mais rigorosas, com menor flexibilidade e mais restrição.

Na Tabela 4, apresenta-se a estatística descritiva das variáveis quantitativas em nível de empresa.

**Tabela 4.** Estatística descritiva das variáveis em nível de empresa

Variáveis	Mínimo	Máximo	Média	Desvio-padrão
TAM	0,292	5,944	3,077	0,774
ROA	-51,822	59,955	4,804	9,307
CRESCV	-0,936	2,625	0,062	0,291
VPA	-9,644	225,655	2,259	11,794
VMA	0,000	331,711	8,246	32,165
RSC	0,000	68,000	12,699	21,969

Fonte: Dados da pesquisa.

A partir da Tabela 4, considerando-se a relação entre desvio-padrão e média, as variáveis VPA e CRESCV apresentaram a maior volatilidade entre as empresas e a variável TAM a menor diferença. Quanto à variável de interesse RSC, nota-se que a média é relativamente baixa (12,699) quando comparada à escala máxima (100).

A partir do teste de *Kolmogorov-Smirnov*, identificou-se que os dados não apresentaram normalidade, conduzindo ao uso de testes não paramétricos. Na Tabela 5 apresenta-se o resultado do teste *Kruskal-Wallis* para identificar diferenças de desempenho em RSC das empresas entre os países.

**Tabela 5.** Teste de *Kruskal-Wallis* para verificar a diferença de RSC por país

País	Posto Médio Rank RSC
China	192,52
Índia	191,42
Rússia	259,30
Brasil	177,95
Significância	0.000*

Fonte: Elaborada pelos autores.

O teste de *Kruskal-Wallis* permitiu confirmar que os desempenhos em RSC entre o conjunto de empresas dos países analisados são estatisticamente diferentes, ao nível de 1% de confiabilidade (Tabela 5).

Para analisar as diferenças em desempenho de RSC nas empresas dos países da amostra, considerou-se a mediana de cada dimensão cultural para separar os grupos de empresas, sendo que o grupo 1 foi constituído por empresas dos países com valores abaixo da mediana e no grupo 2 empresas dos países com valores acima da mediana em cada dimensão. As medianas encontradas foram: PDI 78,50; IDV 38,50; MASC 52,50; UAI 58; LTOWVS 66; IVR 25.

A Tabela 6 apresenta os resultados do teste *Mann-Whitney* para diferenciar o desempenho em RSC de acordo com as dimensões culturais dos países.

**Tabela 6.** Teste de *Mann-Whitney* para desempenho em RSC de acordo com as dimensões culturais

RSC	PDI - Posto Médio	IDV - Posto Médio	MASC - Posto Médio	UAI - Posto Médio	LTOWVS - Posto Médio	IVR - Posto Médio
Grupo 1	203,530	202,45	229,576*	192,030*	191,190	203,530
Grupo 2	191,192	189,92	192,033*	229,580*	203,530	191,190

Fonte: Elaborada pelos autores. Nota: \*significativo ao nível de 1%.

Os resultados indicaram que empresas localizadas em países com menores índices de masculinidade e com maior índice de aversão às incertezas apresentaram maiores desempenhos em RSC. Nos países com maiores índices de feminilidade, o foco está voltado para as boas relações, respeito de regras, qualidade de vida para todos, resultando em ações responsáveis e direcionadas ao ambiente e a sociedade (Murphy & Li, 2012). Ao contrário desses, nos países de cultura masculina, o foco é direcionado ao poder e ao alcance de metas.

Halkos e Skouloudis (2017) ressaltam que, na cultura masculina, os homens devem ser assertivos, competitivos, ambiciosos e materialistas, e, ao buscar atender essas características, acabam por direcionar menor atenção para ações de RSC. O pensamento materialista pode impedir a possibilidade de buscar melhorias ou desenvolver ações de apoio ao ambiente social.

Esse resultado corrobora o estudo de Ringov e Zollo (2007), em que a dimensão masculinidade apresenta efeito negativo nos desempenhos social e ambiental. Sociedades masculinas costumam não dar valor ou importância para valores, como: solidariedade, inclusão social, cooperação ou para ações que visam “cuidar dos outros” ou da comunidade como um todo. Nessas sociedades, o que realmente faz sentido é o sucesso material e a progressão da carreira, competição é vista como o ponto-chave para alcançar esses objetivos, enquanto ações que visam à cooperação são consideradas como sinais de fraqueza e insignificantes (Ringov & Zollo, 2007).

No estudo de Steensma *et al.* (2000), foi constatado que países masculinos não valorizam estratégias ou ações cooperativas. Tice e Baumeister (1985) ressaltam que a sociedade masculina inibe comportamentos voltados ao bem comum, gerando um

impacto negativo na sensibilidade social e ambiental das empresas, o que corrobora os achados desta pesquisa.

Para tanto, ao tratar da dimensão aversão à incerteza, cabe ressaltar que empresas inseridas em países com aversão à incerteza temem o imprevisível e agem sob rígidas regras, com o intuito de evitarem erros (Hofstede, 2011). Assim, ações responsáveis podem auxiliar no processo de prevenção aos fatos incertos e a evitar situações prejudiciais para a organização. Cabe inferir que nessas sociedades a RSC é algo essencial, visto que as ações responsáveis podem evitar fatos que comprometeriam a certeza quanto ao planejamento das organizações. Esses achados divergem dos de Halkos e Skouloudis (2017), no entanto, corroboram os de Ho, Wang e Vitell (2012), evidenciando as diferenças do efeito cultural entre os países.

Percebe-se que os países que apresentaram maior aversão à incerteza e menor masculinidade foram Brasil e Rússia, podendo promover uma percepção mais ampla das características desses países e a forma de atuação deles mediante a sociedade. Esses achados permitem destacar que ambos os países são marcados por auges históricos em busca do bem social e direitos iguais para homens e mulheres.

Esse propósito ganhou força no Brasil na década de 1970, após o período da Ditadura Militar, onde a inserção da mulher em ambientes políticos começou a ser percebida (Sarti, 1998). Dois momentos históricos que foram marcos de conquistas não só para as mulheres, mas também para a sociedade como um todo, reforçam as características culturais desses países e a explicação de como esses fatores podem influenciar no poder de ação e atos responsáveis.

Na Tabela 7 apresenta-se o resultado do desempenho em RSC para as empresas que divulgam o relatório de sustentabilidade comparativamente com aquelas que não divulgam.

**Tabela 7.** Teste de *Mann Whitney* para divulgação do relatório de sustentabilidade e desempenho em RSC

<b>Divulga relatório: 1 = não; 2 = Sim</b>	<b>Rank RSC - Posto Médio</b>	<b>Significância</b>
Grupo 1	147,000	0,000*
Grupo 2	343,500	0,000*

**Fonte:** Elaborada pelos autores. Nota: \*significativo ao nível de 1%.

O resultado do teste de *Mann Whitney* (Tabela 7) aponta que empresas com divulgação do relatório de sustentabilidade apresentam maior desempenho em RSC. Cabe destacar que os relatórios são um veículo de comunicação da empresa com seus *stakeholders*, e agem de forma a influenciar a percepção da sociedade em relação às operações da organização (Deegan, 2002). Calixto (2013) destaca que a maioria das companhias de capital aberto divulga relatórios e informações socioambientais, mas entre as companhias, as que mais destacam o tema, estão localizadas no Brasil.

Os achados de Calixto (2013) assemelham-se aos dados desta pesquisa, onde o Brasil também apresentou o maior percentual de divulgação entre o grupo estudado. Esse resultado pode estar atrelado à cultura do país, sendo que está entre os países com menor índice de masculinidade e maior aversão à incerteza do BRIC, e, conseqüentemente, existe maior preocupação com o meio social. Dessa forma, maior evidência dos relatórios e melhores índices de RSC.

Compreende-se, assim, que os relatórios de sustentabilidade evidenciam informações significantes a respeito dos impactos e desempenhos econômicos, sociais, ambientais relacionados à gestão de uma empresa, uma vez que se constitui um modo-chave de demonstrar a responsabilidade corporativa, um comportamento transparente e ético que contribui para o desenvolvimento sustentável (Unctad, 2012).

Na Tabela 8, apresenta-se o resultado do desempenho em RSC para as empresas auditadas por *big four* comparativamente com aquelas que não possuem tal característica.

**Tabela 8.** Teste de *Mann Whitney* para empresas auditadas por *big four* e desempenho em RSC

<b>Big four: 1 = não e 2 = Sim</b>	<b>Rank RSC - Posto Médio</b>	<b>Significância</b>
Grupo 1	188,330	0,001*
Grupo 2	222,400	0,001*

**Fonte:** Elaborada pelos autores. Nota: \*significativo ao nível de 1%.

O resultado do teste de *Mann Whitney* (Tabela 8) aponta que empresas auditadas por *big four* apresentam maior desempenho em RSC. As auditadas por *big four* estão expostas a processos rígidos quando se trata de cumprir regras e normativas e, paralelo a isso, são empresas com maior visibilidade no mercado. Dessa forma, as ações realizadas por essas organizações são de interesse da sociedade como um todo.

Para tanto, as grandes firmas de auditoria atuam de forma constante na divulgação das informações, sejam elas financeiras, sociais ou ambientais. No estudo de Pucheta Martinez *et al.* (2019), os resultados confirmam que a auditoria por *big four* está positivamente associada aos relatórios de RSC e Responsabilidade Empresarial (RSE), sugerindo ser um mecanismo que incentiva a divulgação. Os autores ressaltam que isso se consolida com base no tempo e no esforço que os auditores investem nos serviços de auditoria, o que faz com que melhore a qualidade dos relatórios.

Barros *et al.* (2013) e Al-Janadi *et al.* (2013) concluem que as *big four* melhoram o nível de informação voluntária das empresas, considerando que a divulgação de RSC ainda é facultativa. Sierra, Zorio e García-Benau (2013) apontam que a decisão de divulgar relatórios de RSC depende de serem ou não auditadas por grandes firmas. Além disso, uma das principais responsabilidades dos auditores é recomendar que seus clientes divulguem informações sociais e ambientais para as partes interessadas (Nordgren & Wang, 2012).

Dessa forma, esse resultado fornece subsídio para a confirmação de que as grandes empresas de auditoria aumentam a divulgação de informações econômicas, ambientais e sociais; e possuem capacidade de melhorar a qualidade das informações não financeiras, dando mais credibilidade e transparência aos relatórios de RSC.

Na Tabela 9 apresenta-se o resultado do desempenho em RSC de acordo com características específicas das empresas. O grupo 1 foi constituído por empresas com valores abaixo da mediana e o grupo 2 empresas com valores acima da mediana, em cada variável.

**Tabela 9.** Teste de *Mann Whitney* para variáveis de empresa e RSC

RSC	TAM - Posto Médio	ROA - Posto Médio	CRESCV - Posto Médio	VPA- Posto Médio	VMA - Posto Médio
Grupo 1	174,366*	204,655***	208,011*	199,340	187,555*
Grupo 2	219,522*	189,477***	186,055*	194,690	206,400*

**Fonte:** Elaborada pelos autores. Nota: \*Significante a nível de 1%, \*\* a nível de 5%, \*\*\* a nível de 10%.

Com base na Tabela 9, é possível inferir que grandes empresas apresentaram melhor desempenho em RSC, demonstrando que divulgam mais informações e promovem ações que as tornam responsáveis. Esse resultado também pode estar atrelado às maiores exigências que as grandes empresas estão expostas, corroborando os achados de Hackston e Milne (1996), Owen (2008) e Belal (2008).

Empresas com menor retorno sobre os ativos apresentaram melhor desempenho em RSC. Os achados corroboram o estudo de Yoon e Chung (2018), onde percebem que a RSC externa afeta negativamente o ROA. Esse resultado oferece suporte ao argumento de que empresas que investem mais em RSC acabam prejudicando seu desempenho, visto que dispendem de recursos financeiros.

Em relação ao crescimento de vendas, o efeito na RSC percebido foi negativo. Ou seja, empresas com menor crescimento de vendas apresentaram maior desempenho em RSC. No estudo de Martin, Yadiati e Pratama (2018), também não foi percebido efeito positivo significativo em relação ao crescimento de vendas.

Cabe ressaltar que empresas com baixo índice de vendas, buscam por meio da responsabilidade corporativa alcançar maior visibilidade positiva ou estimular os próprios empregados em busca de melhorias. No estudo de Zapciu e Hurduzeu (2015), os autores percebem que a RSC melhora a satisfação dos empregados e, com isso, ocorre o aumento de produtividade e de vendas. Portanto, o fato de o indicador de vendas ser inferior e a RSC ser superior, pode significar a tentativa de recuperação da empresa por meio de práticas de responsabilidade social.

Empresas com maior valor de mercado por ação apresentaram maior desempenho em RSC. O resultado reflete a valorização do mercado às empresas responsáveis, tendo em vista que, além de ser benéfico para a visibilidade das



organizações, atraem investidores, corroborando o entendimento de Freguete, Nossa e Funchal (2015), de que a RSC estreita e impulsiona a relação entre a empresa e seus *stakeholders*.

Para tanto, entende-se que as dimensões culturais exercem efeito sobre as atividades desenvolvidas nas organizações e o efeito pode ser distinto conforme a cultura em que se está inserido. Dessa forma, retoma-se a concepção proposta pela teoria institucional, a qual ressalta que hábitos e instituições estão conectados através da rotina e, mesmo sabendo que existem hábitos, não se podem excluir ideias relativas ao comportamento individual intencional. No entanto, fatores culturais podem estar implementados na organização e passarem a fazer parte dos hábitos existentes. Dessa forma, considera-se que as rotinas são hábitos formalizados e institucionalizados, incorporando comportamentos orientados por regras, sendo que se fortalecem pelo processo de repetição de ações para o atendimento das regras (Guerreiro, Frezatti, & Casado, 2006).

Portanto, tratando de ações desenvolvidas dentro das organizações, sejam tomadas de decisão ou processos de implementação e divulgação de RSC, ambos podem ser influenciados por características, que, como a cultura, se tornam hábitos e acabam por impactar em outras ações desenvolvidas pelas empresas, que é o caso da RSC.

## 5 Considerações Finais

Com base nos principais achados, foi possível constatar que as dimensões culturais exercem efeito sobre as atividades empresariais voltadas para a responsabilidade social corporativa. A dimensão masculinidade mostrou-se significativamente negativa em relação à RSC e a dimensão aversão à incerteza positiva para explicar o desempenho em RSC. As demais dimensões não apresentaram significância para análise. Foi percebida influência significativa das variáveis *big four*, tamanho, ROA, crescimento de vendas e valor de mercado da ação.

O estudo contribui com pesquisadores, analistas e gestores de empresas com atuação internacional, pois aprofunda discussões sobre as características culturais dos países e seu reflexo no desempenho em RSC. Empresas com negócios em contextos culturais distintos podem se beneficiar das discussões apresentadas.

Para tanto, os resultados revelaram a influência parcial das dimensões de cultura na divulgação de responsabilidade social corporativa. O referencial teórico indicou influências históricas que contribuíram para esse resultado. Vale ressaltar a contribuição para o desenvolvimento do tema entre os acadêmicos e os profissionais da área de Administração e Ciências Contábeis, direcionado ao desenvolvimento de práticas de gestão coerentes com os objetivos do desenvolvimento sustentável, dentre eles a comunicação transparente e a prestação de contas aos diferentes grupos

de interesse da organização. Dessa forma, evidencia-se a cultura e as características organizacionais que exercem papel importante sobre a RSC nas empresas.

O estudo limitou-se a análise de desempenho em RSC, portanto, cabe destacar que os resultados podem oscilar conforme o contexto analisado, visto que algumas empresas são mais pressionadas a ponto de se envolverem mais do que outras em ações responsáveis. Sugere-se a ampliação da amostra e a inclusão de novas variáveis, reforçando a percepção de Nguyen e Truong (2016), de que a falta de robustez dos estudos relacionando cultura e RSC continua sendo um desafio para as pesquisas futuras.

## Referências

- Adams, C. A., & Kuasirikun, N. (2000). A comparative analysis of corporate reporting on ethical issues by UK and German chemical and pharmaceutical companies. *European Accounting Review*, 9(1), 53-79. doi: <https://doi.org/10.1080/096381800407941>
- Adnan, S. M., van Staden, C., & Hay, D. (2009). *Do culture and governance structure influence CSR reporting quality: evidence from China, India, Malaysia and the United Kingdom*, 1-27.
- Adnan, S. M., Hay, D., & Staden, C. J. (2018). The influence of culture and corporate governance on corporate social responsibility disclosure: a cross-country analysis. *Journal of Cleaner Production*, 198, 820-832. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.07.057>
- Al-Janadi, Y., Rahman, R. A., & Omar, N. H. (2013). Corporate governance mechanisms and voluntary disclosure in Saudi Arabia. *Research Journal of Finance and Accounting*, 4(4), 25-36.
- Amran, A., & Devi, S. (2008). The impact of government and foreign affiliate influence on corporate social reporting: the case of Malaysia. *Managerial Auditing Journal*, 23(4), 386-404. doi: <https://doi.org/10.1108/02686900810864327>
- Ashraf, B. N., Zhenge, C., & Arshad, S. (2016). Effects of national culture on bank risk-taking behavior. *Research in International Business and Finance*, 37, 309-326. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2016.01.015>
- Azim, M. T. (2016). Responsabilidade social corporativa e comportamento do funcionário: papel mediador do compromisso organizacional. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 18(60), 207-225. doi: <https://doi.org/10.7819/rbgn.v18i60.2319>
- Barros, C. P., Boubaker, S., & Hamrouni, A. (2013). Corporate governance and voluntary disclosure in France. *Journal of Applied Business Research*, 29(2), 561-578. doi: <https://doi.org/10.19030/jabr.v29i2.7657>
- Belal, A. R. (2008). *Corporate social responsibility reporting in developing countries: the case of Bangladesh*. Routledge.
- Braun, G. P., & Rodriguez Jr, R. P. (2008). Earnings management and accounting values: a test of Gray (1988). *Journal of International Accounting Research*, 7(2), 1-23. doi: <https://doi.org/10.2308/jiar.2008.7.2.1>
- Brito, E. P. Z., Brito, L. A. L., & Morganti, F. (2009). *Inovação e o desempenho empresarial: lucro ou crescimento*. doi: <https://doi.org/10.1590/s1676-56482009000100007>
- Calixto, L. (2013). A divulgação de relatórios de sustentabilidade na América Latina: um estudo comparativo. *Revista de Administração*, 48(4), 828-842. doi: <https://doi.org/10.5700/rausp1124>
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.

- Chandok, R. I. S., & Singh, S. (2017). Empirical study on determinants of environmental disclosure: approach of selected conglomerates. *Managerial Auditing Journal*, 32(4/5), 332-355. doi: <https://doi.org/10.1108/MAJ-03-2016-1344>
- Christie, P. M. J., Kwon, I. W. G., Stoeberl, P. A., & Baumhart, R. (2003). A cross-cultural comparison of ethical attitudes of business managers: India Korea and the United States. *Journal of Business Ethics*, 46(3), 263-287. doi: <https://doi.org/10.1108/13527600310797504>
- Clarkson, P. M., Li, Y., Richardson, G. D., & Vasvari, F. P. (2008). Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: an empirical analysis. *Accounting, Organizations and Society*, 33(4-5), 303-327. doi: <https://doi.org/10.1016/j.aos.2007.05.003>
- Cohen, M. A., Fenn, S. A., & Konar, S. (1997). *Environmental and financial performance: are they related?*. Vanderbilt University, Nashville, working paper.
- Correia, L. F., Amaral, H. F., & Bressan, A. A. (2008). O efeito da liquidez sobre a rentabilidade de mercado das ações negociadas no mercado acionário brasileiro. *Revista Base (Administração e Contabilidade) da Unisinos*, 5(2), 109-119. doi: <https://doi.org/10.4013/base.20082.03>
- Deegan, C. (2002). Introduction: the legitimising effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282-311. doi: <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Freguete, L. M., Nossa, V., & Funchal, B. (2015). Responsabilidade social corporativa e desempenho financeiro das empresas brasileiras na crise de 2008. *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, 19(2), 232-248. doi: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20151873>
- Furrer, O., Liu, B. S. C., & Sudharshan, D. (2000). The relationships between culture and service quality perceptions: Basis for cross-cultural market segmentation and resource allocation. *Journal of service research*, 2(4), 355-371. doi: <https://doi.org/10.1177/109467050024004>
- Graafland, J., & Noorderhaven, N. (2018). National culture and environmental responsibility research revisited. *International Business Review*, 27(5), 958-968. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.02.006>
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47-77. doi: <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>
- Guerreiro, R., Frezatti, F., & Casado, T. (2006). Em busca de um melhor entendimento da contabilidade gerencial através da integração de conceitos da psicologia, cultura organizacional e teoria institucional. *Revista Contabilidade & Finanças-USP*, 17, 7-21. doi: <https://doi.org/10.1590/s1519-70772006000400002>
- Gupta, K. (2017). Do economic and societal factors influence the financial performance of alternative energy firms?. *Energy Economics*, 65, 172-182. doi: <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2017.05.004>

- Hackston, D., & Milne, M. J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1), 77-108. doi: <https://doi.org/10.1108/09513579610109987>
- Halkos, G., & Skouloudis, A. (2017). Revisiting the relationship between corporate social responsibility and national culture: a quantitative assessment. *Management decision*, 55(3), 595-613. doi: <https://doi.org/10.1108/MD-12-2016-0868>
- Ho, F. N., Wang, H. M. D., & Vitell, S. J. (2012). A global analysis of corporate social performance: the effects of cultural and geographic environments. *Journal of Business Ethics*, 107(4), 423-433. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1047-y>
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: international differences in work-related values*. Beverly Hills: Sage, 1-327.
- Hofstede, G. (1994). Management scientists are human. *Management Science*, 1(40), 4-13. doi: 10.1287/mnsc.40.1.4
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Thousand Oaks: Sage.
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: the Hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 8-26. doi: <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>
- Iatridis, G. E. (2013). Environmental disclosure quality: evidence on environmental performance, corporate governance and value relevance. *Emerging Markets Review*, 14, 55-75. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2012.11.003>
- Ioannou, I., & Serafeim, G. (2012). What drives corporate social performance? The role of nation-level institutions. *Journal of International Business Studies*, 43(9), 834-864. doi: <https://doi.org/10.1057/jibs.2012.26>
- Jamali, D., & Neville, B. (2011). Convergence versus divergence of CSR in developing countries: an embedded multi-layered institutional lens. *Journal of Business Ethics*, 102(4), 599-621. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0830-0>
- Martin, R., Yadiati, W., & Pratama, A. (2018). Corporate social responsibility disclosure and company financial performance: do high and low profile industry moderate the result?. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 2(1), 15-24. doi: <https://doi.org/10.28992/ijSAM.v2i1.42>
- Mathews, M. R. (1997). Twenty-five years of social and environmental accounting research: is there a silver jubilee to celebrate?. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 10(4), 481-53. doi: <https://doi.org/10.1108/EUM0000000004417>
- Matten, D., & Moon, J. (2004). Corporate social responsibility. *Journal of business Ethics*, 54(4), 323-337. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-004-1822-0>
- Murphy, W. H., & Li, N. (2012). A multi-nation study of sales manager effectiveness with global implications. *Industrial Marketing Management*, 41(7), 1152-1163. doi: <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2012.06.012>

- Nguyen, M., & Truong, M. (2016). The effect of culture on enterprise's perception of corporate social responsibility: the case of Vietnam. *Procedia CIRP*, 40, 680-686. doi: <https://doi.org/10.1016/j.procir.2016.01.154>
- Nordgren, M., & Wang, H. (2012). *Comparative study of corporate social disclosure in the context of Sweden and China*. Recuperado de <http://lup.lub.lu.se/student-papers/record/2543905>
- Owen, D. (2008). Chronicles of wasted time? A personal reflection on the current state of, and future prospects for, social and environmental accounting research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(2), 240-267. doi: <https://doi.org/10.1108/09513570810854428>
- Pucheta-Martínez, M. C., Bel-Oms, I., & Rodrigues, L. L. (2019). The engagement of auditors in the reporting of corporate social responsibility information. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(1), 46-56. doi: <https://doi.org/10.1002/csr.1656>
- Queiroz, A., Cardoso, A. J. G., Souza, A. A., Teodosio, A. D. S. D. S., Ventura, E. C. F., Veloso, L. H. M., & Chaves, J. B. L. (2017). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. Saraiva.
- Ringov, D., & Zollo, M. (2007). The impact of national culture on corporate social performance, *Corporate Governance*, 4(7), 476-485. doi: <https://doi.org/10.1108/14720700710820551>
- Sagar, P., & Singla, A. (2004). Trust and corporate social responsibility: lessons from India, *Journal of Communication Management*, 3(8), 282-290. doi: <https://doi.org/10.1108/13632540410807691>
- Sarti, C. A. (1998). O início do feminismo sob a ditadura no Brasil: o que ficou escondido. In *XXI Congresso Internacional da LASA*, Chicago.
- Sierra, L., Zorio, A., & García-Benau, M. A. (2013). Sustainable development and assurance of corporate social responsibility reports published by Ibex-35 companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(6), 359-370. doi: <https://doi.org/10.1002/csr.1303>
- Silva, S. S., Ferreira, P. A., & Calegario, C. L. L. (2010). Estratégias financeiras empresariais para criação e destruição de valor. *Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, 7(3).
- Souza, M. T. S., & Ribeiro, H. C. M. (2013). Sustentabilidade ambiental: uma meta-análise da produção brasileira em periódicos de Administração. *Revista de Administração Contemporânea*, 17(3), 368-396. doi: <https://doi.org/10.1590/s1415-65552013000300007>
- Steensma, H. K., Marino, L., & Weaver, K. M. (2000). Attitudes toward cooperative strategies: a cross-cultural analysis of entrepreneurs. *Journal of International Business Studies*, 31(4), 591-609. doi: <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490924>
- Sumiani, Y., Haslinda, Y., & Lehman, G. (2007). Environmental reporting in a developing country: a case study on status and implementation in Malaysia. *Journal of Cleaner Production*, 15(10), 895-901. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2006.01.012>
- Taras, V., Rowney, J., & Steel, P. (2009). Half a century of measuring culture: review of approaches, challenges, and limitations based on the analysis of 121 instruments for quantifying culture. *Journal of International Management*, 15(4), 357-373. doi: <https://doi.org/10.1016/j.intman.2008.08.005>

- Thanetsunthorn, N., & Wuthisatian, R. (2018). Cultural configuration models: corporate social responsibility and national culture. *Management Research Review*, 10(41), 1137-1175. doi: <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2017-0254>
- Tice, D. M., & Baumeister, R. F. (1985). Masculinity inhibits helping in emergencies: personality does predict the bystander effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(2), 420. doi: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.49.2.420>
- Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: a scale development study. *Journal of Business Ethics*, 85(4), 411-427. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9780-6>
- United Nations Conference on Trade and Development. *The future we want*. Recuperado de <https://unctad.org/en/Pages/technicalcooperation.aspx>
- Winthrop, R. H. (1991). *Dictionary of concepts in cultural anthropology*. New York: Greenwood Press.
- Yoon, B., & Chung, Y. (2018). The effects of corporate social responsibility on firm performance: a stakeholder approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 89-96. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.10.005>
- Zapciu, R. M., & Hurduzeu, G. (2015). Corporate social responsibility and its financial performance. *Romanian Economic Journal*, 18(56).