



RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E COMPETITIVIDADE: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA DA EVOLUÇÃO DO TEMA

Mary Fernanda de Sousa de Melo*

Universidade de São Paulo, Brasil

marymelo@usp.br

Rodrigo Trotta Yaryd

Universidade de São Paulo, Brasil

rodrigo.yaryd@usp.br

Roberta Castro Souza

Universidade de São Paulo, Brasil

robertacsouza@usp.br

Willerson Lucas Campos-Silva

Universidade de São Paulo, Brasil

willerson.silva@usp.br

RESUMO

A estratégia de responsabilidade social corporativa afeta o *core business*, o crescimento, a rentabilidade e a sobrevivência das empresas no curto e longo prazo. Com o intuito de apresentar o panorama de tais discussões, este artigo tem como objetivo analisar o tema responsabilidade social corporativa de forma conjunta com a competitividade, num período de 19 anos. Para isso, realizou-se um estudo bibliométrico com uso de análise descritiva. A base de dados escolhida para a busca foi a ISI Web of Science. Foram analisados 344 artigos e suas referências, por meio de redes de citações. Dentre os principais resultados, verificou-se que: as publicações concentram-se em quatro periódicos (*Journal of Business Ethics*, *Journal of Cleaner Production*, *International Journal of Production Economics* e *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*); se trata de um tema multidisciplinar, recente e emergente, pois apesar de a primeira publicação datar de 1996, foi a partir de 2006 que as publicações efetivamente aumentaram. Por fim, foram identificados onze *clusters* que agrupam os principais temas discutidos dada a junção de RSC e competitividade, os quais foram apresentados de acordo com sua dispersão e força de discussão ao longo do tempo. Também se observou que duas vertentes da estratégia se destacam como base teórica para a presente discussão: visão baseada em recursos e escola do posicionamento. A crescente importância do tema, tanto na pauta estratégica dos gestores quanto no avanço da literatura a respeito de fontes potenciais de vantagem competitiva, justifica a análise da evolução da literatura.

Palavras-chave: Bibliometria; Responsabilidade Social Corporativa; Revisão Sistemática da Literatura; Software CiteSpace.

ABSTRACT

The strategy related to corporate social responsibility affects the core business, the growth, the profitability and survival of companies. Seeking to present an overview of these discussions, this article has as main goal the analysis of the corporate social responsibility topic together with competitiveness, at a period of 19 years. To achieve that, a bibliometric study was done with textual analysis. The dataset chosen to do the search was the ISI Web of Science. The 344 articles were analyzed with its references, throughout citation networks. Among the main results, turn out that the publications were concentrated in four journals (Journal of Business Ethics, Journal of Cleaner Production, International Journal of Production Economics and Corporate Social Responsibility and Environmental Management); that was a multidisciplinary topic, recent and emerging, because even with the first publication dating 1996, it was about 2006 that an effective increase in the publications was seen. To conclude, eleven clusters that group the main topics discussed when combining CSR and competitiveness were identified and presented according to its dispersion and discussion strength through the time. Also, two strands about strategy had highlight with theoretical background to the present discussion: resource-based view and positioning school. The ascending importance of this topic, not only in the strategic agenda of managers but also in the progress of the literature of potential sources of competitive advantage, justifies the literature analysis.

Keywords: Bibliometric; Corporate Social Responsibility; Software CiteSpace; Systematic Literature Review.

RESUMÉN

La estrategia de responsabilidad social corporativa impacta el *core business*, el crecimiento, la rentabilidad y la sobrevivencia de las empresas en el breve y largo plazo. Con objeto de presentar el panorama de las discusiones, este artículo tiene como objetivo analizar el tema responsabilidad social corporativa de forma conjunta con la competitividad, en un tiempo de 19 años. Para esto, fue hecho un estudio bibliométrico con el uso de los análisis descriptivos. La base de datos elegida fue la *ISI Web of Science*. Fueron analizados 344 artículos y sus referencias, mediante redes de citas. Entre los principales resultados, fue verificado que: las publicaciones están principalmente en cuatro periódicos (*Journal of Business Ethics*, *Journal of Cleaner Production*, *International Journal of Production Economics* y *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*); se trata de un tópico multidisciplinar, reciente y emergente, porque mismo con la primera publicación siendo de 1996, fue a partir de 2006 que las publicaciones efectivamente aumentaron. Finalmente, fueron identificados once clusters que agrupan los principales temas discutidos cuando juntos RSC y competitividad y fueron presentados según suya dispersión y fuerza de discusión durante el tiempo. Tampoco se observó que dos vertientes de estrategia se destacan como base teórica para la presente discusión: la visión basada en recursos y la escuela del posicionamiento. La creciente importancia del tema, tanto en agenda estratégica de los gestores como en el adelanto de la literatura sobre fuentes potenciales de ventaja competitiva, justifica lo análisis de la evolución de la literatura.

Palabras clave: Bibliometria; Responsabilidad Social Corporativa; Revisión Sistemática de la Literatura; Software CiteSpace.

1. INTRODUÇÃO

A atenção dada a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) vai além de uma preocupação social contemporânea, mas representa uma importante questão de negócios nacionais e internacionais, os quais estão fortemente relacionados com o comportamento estratégico das empresas. Enquanto o investimento em uma atuação mais responsável socialmente pode ser visto como negativo para algumas empresas, tem representado novas oportunidades de negócios para outras, permitindo-lhes ganhar competitividade por entrar em novos mercados e desenvolver novos produtos e serviços (Pinkse & Kolk, 2012).

Como as atividades de RSC afetam o *core business*, o crescimento, a rentabilidade e a sobrevivência das empresas, elas têm tido cada vez mais espaço na pauta estratégica dos gestores, afinal são fonte potencial de vantagem competitiva (Kolk & Pinkse, 2008; Porter & Kramer, 2006). Na visão de Porter e Kramer (2006) há uma relação direta entre a competitividade e as capacidades desenvolvidas por meio de práticas de RSC. Os autores afirmam que a RSC estratégica acontece quando há a adição da dimensão social na proposta de valor da empresa, tornando o impacto social presente na estratégia global da organização.

Contudo, mesmo com o avanço das discussões a respeito de responsabilidade social corporativa, ainda não está consolidado na literatura os efeitos desta nas dimensões da estratégia empresarial, como por exemplo na competitividade (Marín, Rubio, & Maya, 2012). Há cerca de 15 anos, Greening e Turban (2000) afirmaram haver poucos estudos que explorassem a relação entre RSC e resultados não financeiros, como o aumento da vantagem competitiva. Com o intuito de verificar o panorama atual desta literatura, o objetivo deste trabalho é analisar o tema responsabilidade social corporativa de forma conjunta com a competitividade, possibilitando assim a identificação dos autores e trabalhos relevantes, periódicos que mais publicaram e a identificação de campos de pesquisa emergentes. O cumprimento deste objetivo se dará através do referencial teórico da pesquisa, seguido pelos métodos e técnicas adotados, resultados alcançados e, por fim, suas conclusões.

2. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E COMPETITIVIDADE: SÍNTESE DO QUADRO TEÓRICO

As definições mais recentes do termo responsabilidade social corporativa ressaltam que este se refere a um conjunto de ações voluntárias que objetivam tanto o benefício social quanto a manutenção da reputação e a competitividade da empresa. Observa-se que com o avanço da discussão a respeito da sustentabilidade, o próprio conceito de RSC incorporou o termo, sendo que o trabalho de Wesselink et al. (2015, p. 497, tradução nossa) afirma que “a RSC se concentra na contribuição

das empresas para o alcance do objetivo da sustentabilidade, por exemplo, equilibrando pessoas, planeta e lucro em suas práticas de negócios”.

A presença da palavra lucro na definição de RSC abre espaço para afirmar que não apenas os *stakeholders* e o meio ambiente devem ser o foco da empresa quando esta adota uma estratégia de RSC. Os resultados que mantêm a empresa competitiva em seu setor de atuação devem ser considerados, a fim de que os próprios benefícios advindos da atuação responsável sejam contínuos. Em uma análise teórica do tema, tem-se que a responsabilidade social corporativa amplia a visão da natureza e da gestão de empresas multinacionais, e dessa forma exige uma nova forma de pensar as estratégias das multinacionais (De Chiara & Spena, 2011).

De acordo com Vilanova, Lozano, e Arenas (2009), a competitividade é um conceito multidimensional, o qual diz respeito a habilidade da empresa em criar vantagem competitiva sustentável. Porter e Kramer (2006) observam a aplicabilidade do termo na realidade empresarial como sendo o elemento chave que diferencia as empresas de sucesso e as outras. Em relação a mensuração da competitividade, observa-se o uso de indicadores financeiros para tal, como produtividade e retorno sobre o ativo. Contudo, ao se relacionar a competitividade com a RSC, a empresa precisa ir além da visão tradicional, por se tratar de um tema com alto grau de subjetividade, que lida diretamente com pessoas, logo, com realidades complexas, sendo de difícil mensuração.

De posse da relevância e atualidade dos temas que a pesquisa se propõe a relacionar, o artigo segue com a apresentação dos procedimentos de coleta de dados, bem como a análise dos mesmos, verificando assim, como a literatura tem se desenvolvido ao tratar da relação entre RSC e competitividade.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o desenvolvimento desta pesquisa utilizou-se da revisão sistemática da literatura, a qual adota uma forma objetiva, replicável e coerente para coletar, selecionar, analisar e armazenar o material obtido (Tranfield, Denyer, & Smart, 2003). Denyer e Neely (2004) apontam que um dos principais benefícios deste método se encontra na redução do viés do pesquisador no momento da escolha dos trabalhos que comporão ou não a amostra a ser analisada, possibilitando assim a replicabilidade e transparência do estudo. A descrição do processo utilizado, compreendendo as etapas de forma sequencial e os filtros aplicados, será apresentado no subtópico seguinte.

Neste estudo foi utilizada a análise bibliométrica. A bibliometria é definida como um grupo de técnicas que quantificam o processo da comunicação por meio da escrita (Ikpaahindi, 1985) e uma de suas áreas mais relevantes é a análise de citações. Essa área tem como intuito investigar as

relações entre documentos citantes e citados escolhidos para análise, e isso por meio da avaliação de: autor, título, origem geográfica, ano de publicação, categoria, entre outros (Neely, 2005).

3.1. Amostra

A amostra inicial utilizada nesse trabalho foi obtida por meio de buscas realizadas em abril de 2016 na base de dados mundialmente conhecida da *Thomson Reuters*, a *Web of Science*, na opção “Principal Coleção”, (Affeldt & Vanti, 2009). A construção da *string* de busca foi feita a partir da seleção de termos-chaves na literatura que correspondessem a base “responsabilidade social corporativa + competitividade”. Após diferentes combinações, chegou-se à seguinte *string*: “*corporate social responsibility*” (Tópico) AND “*competitiv**” (Tópico).

Optou-se por não estabelecer restrição de período de busca com o intuito de alcançar todos os possíveis trabalhos referentes ao tema. Logo foi utilizado todo o alcance das bases de dados *Web of Science* (1900-2015), o qual resultou em 686 trabalhos coletados. A partir desse resultado, utilizou-se o filtro “Áreas de Pesquisa” e os seguintes temas foram selecionados: “*Business*”, “*Management*”, “*Engineering Environmental*”, “*Operations research management Science*”. Assim, a amostra passou a ser de 523 trabalhos. Utilizou-se, então, o filtro “Tipo de Documentos”, selecionando apenas os trabalhos que fossem artigos. Passou-se a ter, então, 351 trabalhos. Por último, filtrou-se a língua para utilizar apenas artigos em inglês, e a amostra final foi de 344 artigos, a qual foi utilizada durante todo o trabalho. A síntese do processo de coleta está representada na Tabela 1.

Tabela 1

Síntese do processo de coleta de artigos			
	ETAPAS	CRITÉRIOS	ARTIGOS
Etapa 1	<i>Web of Science™ Core Collection</i>	" <i>corporate social responsibility</i> " AND " <i>competitiv*</i> "	686
Etapa 2	<i>Web of Science Categories</i>	- <i>Business</i> - <i>Management</i> - <i>Engineering Environmental</i> - <i>Operations research management Science</i>	523
Etapa 3	<i>Document Type</i>	<i>Article</i>	351
Etapa 4	<i>Language</i>	<i>English</i>	344

Fonte: elaborado pelos autores

Para a análise desses 344 artigos obtidos pelas buscas na base *Web of Science*, utilizou-se o *software CiteSpace*. Esse *software* tem a capacidade de detectar e analisar tendências e padrões em redes de citações de documentos científicos (Chen, 2006) e, assim, viabilizar a identificação do

histórico e evolução dos assuntos abordados pelos artigos, o que é um dos objetos de interesse desse trabalho.

Uma característica muito específica desse *software* é a possibilidade de gerar *clusters* a partir dos artigos citados pelos artigos da base de dados utilizada. *Clusters* são redes que interligam as citações de acordo com parâmetros estabelecidos, como termos de referência de título, país de origem, autores, entre outros. Essa característica diferencia o *CiteSpace* de outros programas de análise bibliométrica e foi, portanto, um dos principais motivos para sua utilização em detrimento aos outros *softwares* disponíveis.

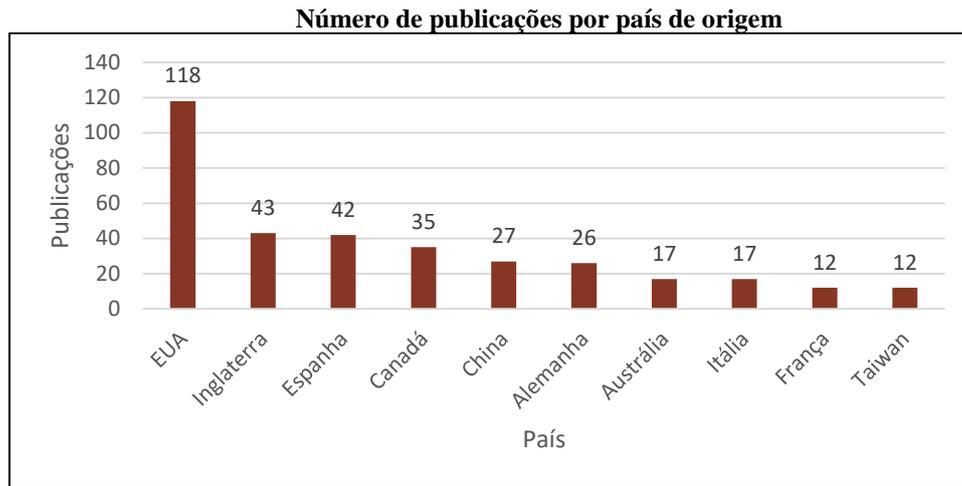
4. RESULTADOS

As seções seguintes apresentam os principais resultados da pesquisa, os quais são divididos em duas etapas. A primeira se refere a análise dos artigos da amostra de 344 artigos que foram selecionados, compreendendo informações relativas aos países de origem dos artigos, principais periódicos, dispersão anual dos artigos, categorias em que estão presentes na base de dados do *Web of Science*. Já a segunda etapa apresenta os resultados advindos da utilização do *software CiteSpace*, o qual permitiu a geração de *clusters* relativos aos artigos da amostra, bem como as suas referências, a dispersão desses *clusters* ao longo dos anos, bem como os principais artigos que têm sido citados nas pesquisas que analisam RSC e competitividade.

4.1. Etapa 1: análise descritiva dos artigos da amostra

Considerando a amostra de 344 artigos que foram coletados, foi possível identificar que os principais países de origem foram liderados, com grande destaque, pelos Estados Unidos (Figura 1). Tal destaque desperta questionamentos diante da contradição teórica e empírica apresentada pelo país, uma vez que diante de diversos acordos importantes no tema de sustentabilidade o país tem se mostrado relutante, por exemplo, à redução da emissão de gases por meio do Protocolo de Kyoto, mas apresenta importante representatividade quanto às pesquisas que relacionam os benefícios econômicos de uma atuação socialmente responsável.

Figura 1



Fonte: elaborado pelos autores

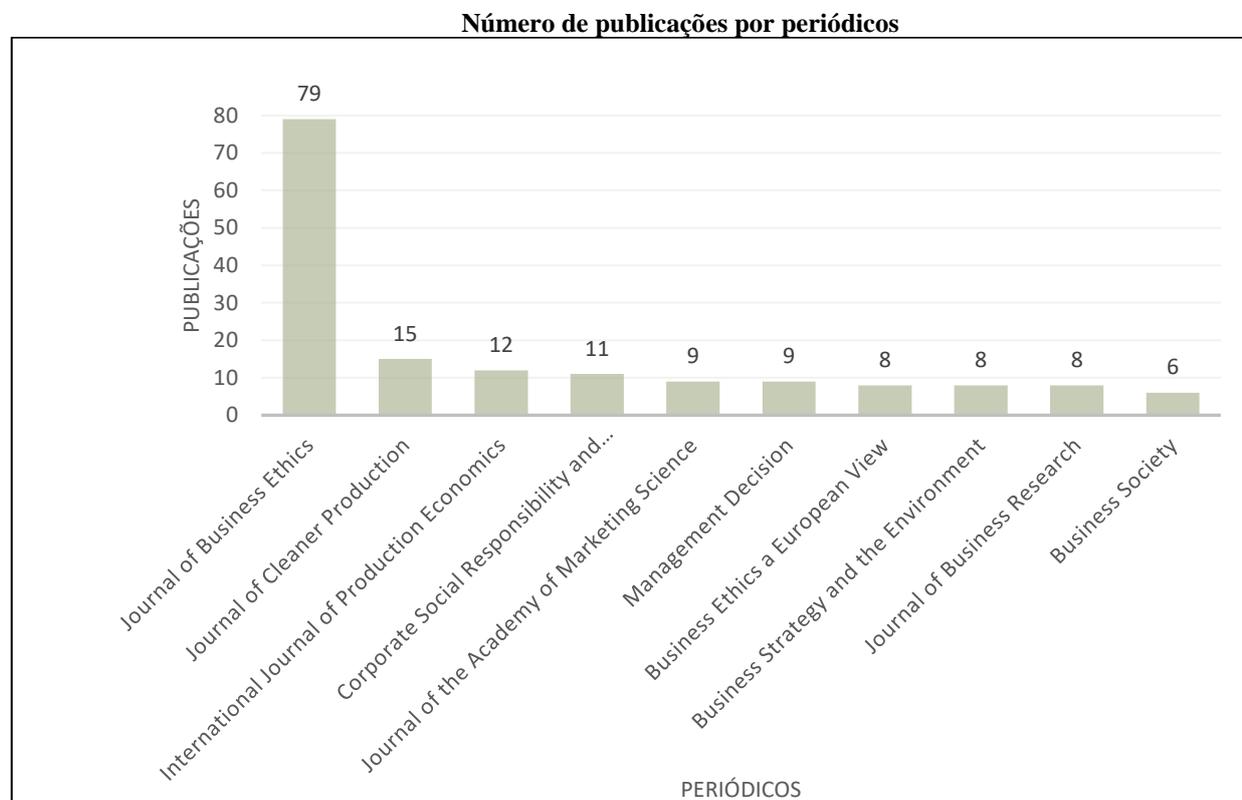
Analisando os principais periódicos em que os artigos se encontram (Figura 2), é possível verificar a concentração da discussão do assunto em poucos deles, onde 34% dos artigos da amostra estão concentrados em quatro *journals*, são eles:

- *Journal of Business Ethics* - tendo seu início em 1980 este *journal* visa a discussão das questões éticas relacionadas ao negócio, por diferentes perspectivas metodológicas e disciplinares, ao examinar os aspectos morais de sistemas de produção, consumo, marketing, publicidade, contabilidade social e econômica, relações de trabalho, relações públicas e comportamento organizacional. Fator de impacto: 1.837;
- *Journal of Cleaner Production* - apresentando um foco mais voltado para a parte operacional da organização, este *journal* visa incentivar a inovação e a criatividade por meio de produtos novos e melhorados, e a implementação de novas estruturas, sistemas, processos, produtos e serviços mais limpos. Fator de impacto: 4.959;
- *International Journal of Production Economics* - sendo por natureza um *journal* interdisciplinar, ele foca em temas que tratam da interface entre a engenharia e a gestão. Considera todo o ciclo das atividades produtivas, como por exemplo o ciclo de vida do produto e o ciclo de fluxo de material. Fator de impacto: 2.782;
- *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* - este *journal* tem seu foco no desenvolvimento de ferramentas e estudos de caso a fim de ampliar a discussão relativa as organizações que se preocupam com suas responsabilidades socioambientais. Discute questões metodológicas, de princípios, práticas, científicas, tecnológicas e legais. Fator de impacto: 2.647.

Cabe destaque a multidisciplinariedade do tema, onde *journals* representativos na área de ciências sociais, como é o caso do *Journal of Business Ethics* e aqueles que se destacam na subdivisão

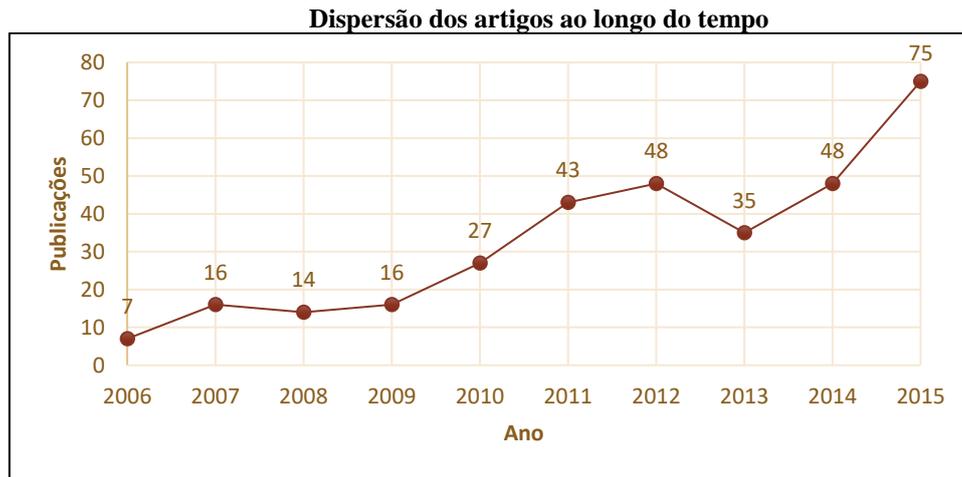
Science do Journal Citation Reports (JCR), por exemplo o *Journal of Cleaner Production*, dividem a liderança nas publicações sobre o tema.

Figura 2



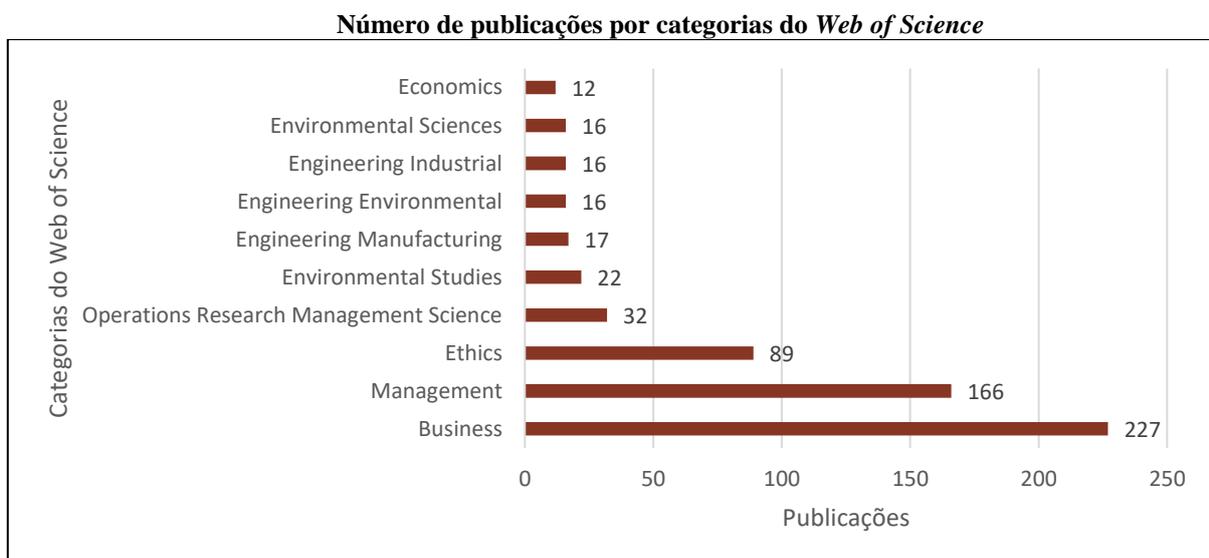
Fonte: elaborado pelos autores

Ao analisar a dispersão dos artigos em relação aos anos de publicação (Figura 3), foi possível perceber uma evolução positiva da pesquisa nesta área, o que reforça, também, a teoria de um crescente interesse acadêmico neste tema. Mesmo não colocando restrição temporal à busca o artigo mais antigo da amostra foi publicado no ano de 1996, no entanto foi a partir de 2006 que as publicações efetivamente aumentaram. Os dados da Figura 3 reforçam o crescente interesse pela temática ao ilustrar que mais de 72% dos trabalhos foram publicados nos últimos 5 anos (2011-2015). Dessa forma, pode-se inferir que isso se dá principalmente pela necessidade, por parte das empresas, de adotarem práticas relacionadas a responsabilidade social corporativa em um ambiente cada vez mais competitivo, refletindo positivamente no número de estudos sobre o tema.

Figura 3

Fonte: elaborado pelos autores

A base *Web of Science* apresenta uma classificação dos artigos por categorias temáticas. As categorias “*Business*”, “*Management*”, “*Engineering Environmental*” e “*Operations research management Science*” foram escolhidas previamente como filtro para a coleta dos artigos. Após a seleção dos trabalhos, verificou-se que a categoria que mais contém artigos da amostra é “*Business*”, seguido por “*Management*” e “*Ethics*” (Figura 4). Esta última categoria, mesmo não estando como critério inicial de seleção se mostrou relevante, sendo que quase 26% dos artigos da amostra foram classificados nessa categoria. A presença tão relevante dessa categoria suscita o interesse futuro em ampliar a busca abrangendo esta categoria, assim como outras que mostraram ter importante intersecção com as temáticas principais.

Figura 4

Fonte: elabora pelos autores

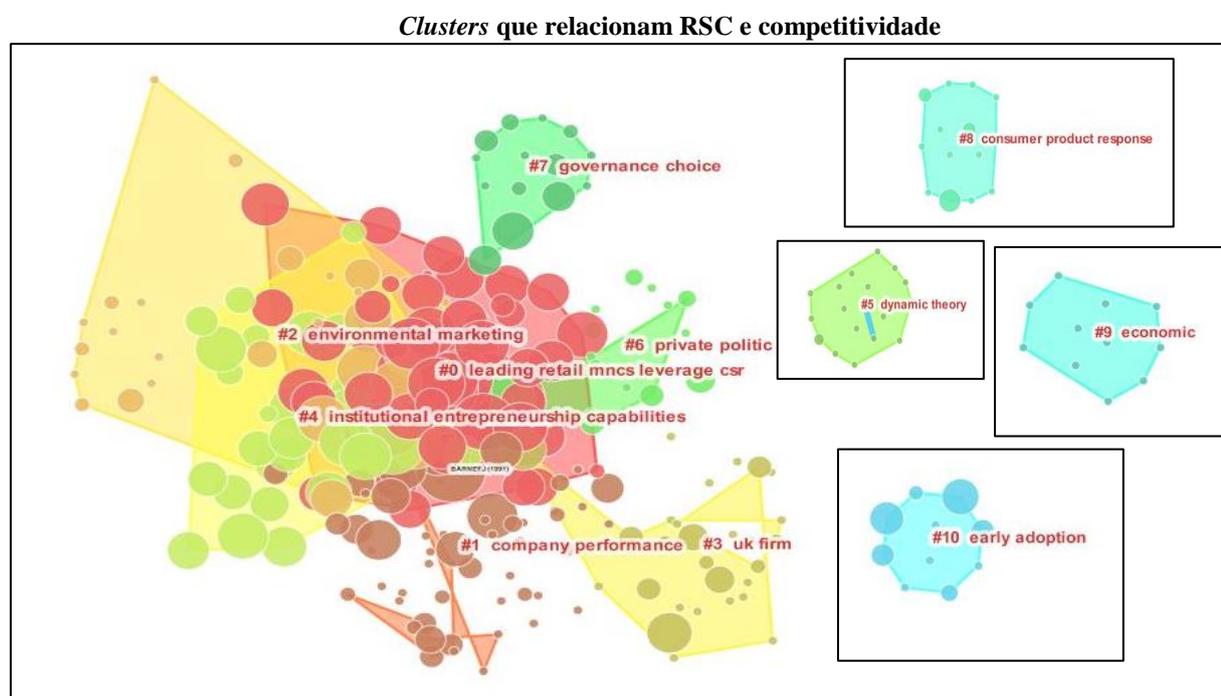
4.2. Etapa 2: análise descritiva das referências dos artigos da amostra

Para as construções das redes foi utilizado o *software Citespace 4.0.R5*. Como procedimento adotado pelo programa, foram selecionados os 30 artigos mais citados de cada ano para gerar as redes, essa quantidade foi estabelecida como forma de obter resultados e visualizações mais claras das representações geradas; em complemento os títulos foram adotados como base para a análise.

4.2.1. Análise dos clusters

A Figura 5 exibe representações formadas pela aglomeração de trabalhos, tendo como base os principais termos presentes no título dos artigos, formando *clusters*. Esses *clusters* são numerados em ordem decrescente de acordo com o tamanho, começando com #0 como o maior, o #1 o segundo maior e assim por diante. Desta forma, considerando que os termos que apareceram têm relação direta com os assuntos abordados nos artigos, esta rede permitiu identificar áreas temáticas que mais se relacionaram com os temas “responsabilidade social corporativa” e “competitividade”. As cores e espessuras representaram a intensidade das relações entre os nós. A pesquisa identificou onze áreas temáticas principais (Figura 5), as quais são descritas na sequência, em ordem decrescente de representatividade.

Figura 5



Fonte: elaborado pelos autores

- a) *Leading Retail MNCs leverage CSR*: neste item o que se destaca são artigos que tratam dos grandes varejistas multinacionais e a atuação destas empresas em termos de programas e ações

- de RSC. O artigo com maior percentual de suas referências compostas pelos artigos deste cluster é o Elms, Brammer, Harris, e Phillips (2010), com 21%;
- b) *Company Performance*: quando o assunto é responsabilidade social corporativa e competitividade, é esperado que o termo *performance* tenha expressividade, o que de fato ocorreu. O desempenho empresarial se mostra importante a partir do fato de que só é possível analisar a o resultado da empresa, a vantagem competitiva que ela possui, a partir da avaliação do desempenho. O principal artigo deste *cluster* é o Klassen e Whybark (1999), sendo que 48% de suas referências compõem o *cluster*;
 - c) *Environmental Marketing*: também conhecido como “*Green Marketing*” e “*Ecological Marketing*”, refere-se ao marketing de produtos que sejam benéficos ao meio ambiente. Esse tópico tem sido alvo de muitos estudos acadêmicos, pelo fato do assunto “sustentabilidade” ser cada vez mais presente e também por não haver uma única definição para esse assunto, mas sim diversos significados que se relacionam e se contradizem, estimulando o debate. O autor de destaque é o Miles e Covin (2000), com o nível de centralidade de 26%;
 - d) *UK firm*: o nome deste *cluster* pode ser justificado a partir da Figura 1, a qual analisa o número de publicações por países, onde é possível observar que dentro dos artigos da amostra, a Inglaterra ocupa a segunda colocação, com 43 publicações. O artigo com maior nível de concentração dentro do cluster é o Robertson e Nicholson (1996), com 62%;
 - e) *Institutional Entrepreneurship Capabilities*: esse termo aparece na literatura como um modo de vantagem competitiva e enfatiza duas características: primeiro, o caráter de constantes mudanças do meio ambiente e, segundo, o importante papel da gestão estratégica em se adaptar a essas constantes mudanças (Teece & Pisano, 1994). O *cluster* não possui um artigo com alto nível de centralidade, mas sim conta em sua primeira colocação com três artigos (14% cada): Barba-Sánchez e Atienza-Sahuquillo (2010) e Peters, Hofstetter, e Hoffmann (2011);
 - f) *Dynamic Theory*: este *cluster* apresenta uma peculiaridade em relação aos demais por ser composto pelas referências de apenas um artigo. O trabalho de Arjoon (2000) permitiu a composição de um *cluster*, pois discutiu um tema muito diferente dos demais da amostra, ao desenvolver uma meta-teoria de negócios, baseada na chamada “*virtue theory*” e fazendo links com o conceito de virtude, bem comum e economia dinâmica, onde a questão da liderança e da RSC foram discutidas neste contexto;
 - g) *Private Politic*: o *cluster* formado por 59% das referências de Baron (2001) se refere ao grupo de artigos que tratam de ações privadas de fomento a RSC, onde observa-se, por exemplo que as políticas privadas e RSC tem efeito direto sobre os custos das empresas e também um efeito estratégico, o qual possibilita a mudança nas posições competitivas das empresas em uma indústria;

- h) *Governance Choice*: neste *cluster* observa-se a união dos artigos que abordam a questão de que o modo de governança adotado pelas empresas em relação a ações e projetos que envolvam responsabilidade social corporativa é de extrema importância quando se trata de competitividade. O artigo responsável por 50% da composição do *cluster* é o Husted (2003);
- i) *Consumer Product Response*: esse termo refere-se as respostas que consumidores têm para determinados produtos e empresas, onde o principal artigo deste *cluster* (representando 79%) conclui que o que os consumidores sabem sobre uma empresa pode influenciar suas crenças sobre novos produtos fabricados por ela, que as associações entre a habilidade corporativa e a RSC podem ter efeitos diferentes sobre as respostas dos consumidores aos produtos e que os produtos de empresas com associações negativas nem sempre recebem respostas negativas (Brown & Dacin, 1997);
- j) *Economic*: juntamente com o *cluster* de *Dynamic Theory*, este é composto pelas referências de apenas um artigo, Payne e Raiborn (2001), o qual analisou diferentes níveis de atributos de comportamento e classificou algumas missões organizacionais;
- k) *Early Adoption*: Bansal e Hunter (2003) é responsável por 40% da composição do *cluster*. Tendo como base que as empresas podem adotar certificações sustentáveis tanto para reforçar sua estratégia pré existente ou para reorientar sua estratégia, a análise de Bansal (2003) focou na identificação de uma explicação para as empresas que primeiro adotaram a norma ISO 14001.

Neste estudo, a geração de *clusters* sobrepostos ao centro da figura revela a concentração dos trabalhos em volta de temas selecionados. Isso reforça o caráter multidisciplinar do tema, concordando com as observações feitas até o momento.

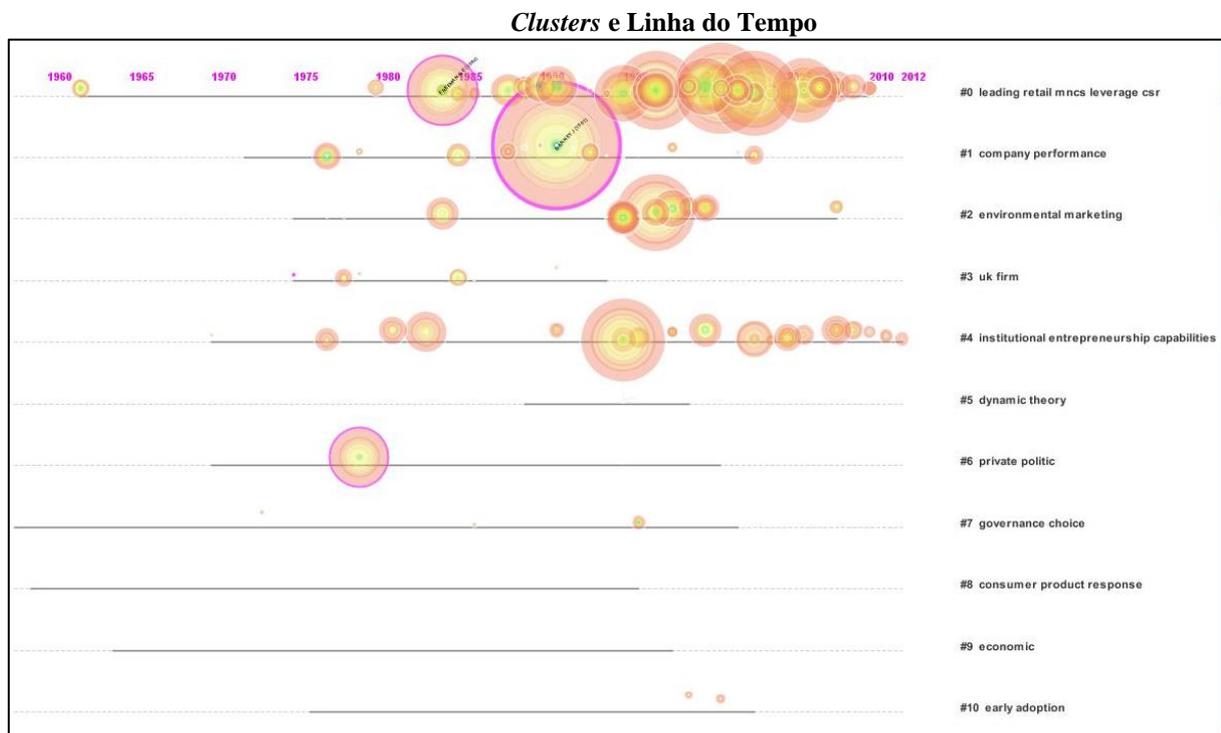
É válido destacar que a evolução dessa área de pesquisa possui campos de estudos que ainda não foram devidamente explorados, como os *clusters* que apareceram menores e mais afastados, *Consumer Product* e *Early Adoption*. Enquanto o primeiro tema refere-se à opinião dos consumidores sobre a RSC, ponto que tem se tornado cada vez mais relevante para estudos dentro das empresas; o segundo refere-se à adoção da norma ISO 14001, tema também recente diante do período de início da norma, a qual data de 1996.

Quando se avaliam os *clusters* a partir da linha do tempo (Figura 6), pode-se perceber algumas tendências temáticas, onde o tema “multinacionais” começou a ser um assunto mais abordado em anos recentes. A expressividade das discussões deste tema reflete o papel das empresas multinacionais como agentes influenciadores na busca pelo alcance do desempenho sustentável. Ao atuar em diferentes contextos sociais e ambientais, estas empresas lidam com o desafio de manter a sua competitividade e sua postura socialmente responsável, pois devem atender as pressões de diferentes *stakeholders*.

Pode-se perceber que a *performance* da companhia sempre esteve presente nos estudos, desde os estudos prévios que afirmavam que responsabilidade social da empresa é a de geração de lucro apenas (Friedman, 2008), até os mais atuais que já visam a mensuração do impacto da estratégia de RSC na competitividade da empresa, entendendo a importância de se considerar o desempenho social e ambiental de forma conjunta com o desempenho econômico.

Por fim destaca-se que o tema de “*institutional entrepreneurship capabilities*”, por referir-se à capacidade de adaptação das empresas às constantes mudanças do ambiente (Tece & Pisano, 1994), passou a ter mais foco nos anos mais recentes, principalmente relacionado ao mundo globalizado mais dinâmico. O conceito de “*institutional entrepreneurship capabilities*” está relacionado a teoria de *Institutional Entrepreneurship* (Peters et al., 2011) que trata de como as empresas criam ou mudam as instituições, com a Visão Baseada em Recursos (Barney, 1991). Neste sentido entende-se que se a empresa adota, por exemplo, alguma norma ou código de conduta relacionado à sustentabilidade ela estaria desenvolvendo recursos/capacitações para tal e ao mesmo tempo já estaria mudando ou criando as chamadas instituições, entendidas por (North, 1991) como um conjunto de regras formais e informais.

Figura 6



Fonte: elaborado pelos autores

4.2.2. Análise das citações

O *software* permite fazer um recorte dos principais artigos citados dentre todas as referências da amostra. Com essa opção, foi feito um recorte englobando os 10 artigos mais citados dentro da base de dados que havia sido selecionada. O Quadro 1 apresenta o resultado de tal recorte.

Quando se analisa os principais artigos citados na amostra, há o destaque para o trabalho “*Firm Resources and Sustained Competitive Advantage*” de Barney (1991). O expressivo destaque deste trabalho trouxe a necessidade de compreender qual a abordagem estratégica mais utilizada pelos pesquisadores de RSC e competitividade. Ao verificar apenas os 10 artigos presentes no Quadro 1 observa-se a presença de duas correntes das escolas estratégicas: Visão Baseada em Recursos (Barney, 1991) e a escola do posicionamento com a presença do Porter na 9ª colocação.

Em um primeiro momento, ao considerar apenas a quantidade de referências que os referidos artigos tiveram pode-se sugerir que o tema tem sido tratado em sua maioria a partir da visão da empresa baseada em seus recursos. Após considerar o ano da publicação de cada artigo e relacionar com a quantidade de citações, a visão porteriana volta parecer relevante, contudo difícil de afirmar a sobreposição de uma visão sobre a outra.

Quadro 1

Principais artigos referenciados na amostra

Citações	Autor	Artigo	Ano	Periódico
114	Jay Barney	<i>Firm Resources and Sustained Competitive Advantage</i>	1991	<i>Journal of Management</i>
89	Abigail McWilliams	<i>Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective</i>	2001	<i>The Academy of Management Review</i>
82	Stuart L. Hart	<i>A Natural-Resource-Based of the firm</i>	1995	<i>The Academy of Management Review</i>
80	Marc Orlitzky	<i>Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis</i>	2003	<i>Organization Studies</i>
78	Sandra A. Waddock	<i>The Corporate Social Performance-Financial Performance</i>	1997	<i>Strategic Management Journal</i>
77	Michael V. Russo	<i>A Resource-Based Perspective on Corporate Environmental Performance and Profitability</i>	1997	<i>The Academy of Management Review</i>
70	R. Edward Freeman	<i>Strategic Management: A Stakeholder Approach</i>	1984	<i>Strategic Management Journal</i>
68	Joshua D. Margolis	<i>Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business</i>	2003	<i>Administrative Science Quarterly</i>
65	Michael Porter	<i>Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility</i>	2006	<i>Harvard Business Review</i>
61	Thomas Donaldson	<i>The Stakeholder Theory of the Corporation</i>	1995	<i>The Academy of Management Review</i>

Fonte: elaborado pelos autores

A fim de esclarecer tal inconsistência, buscou-se a lista completa das referências mais citadas, onde ao somar as citações dos dois trabalhos do Barney pertencentes a amostra e dos sete do Porter verificou-se que a primeira conclusão não se sustentava. A soma das citações pode demonstrar que o Barney (total de 124 citações dentre todas as referências da amostra) o qual traz consigo a visão baseada em recursos não supera a utilização das ideias de Porter, o qual somado possui 217 citações.

5. CONCLUSÕES

O objetivo deste artigo foi analisar o tema responsabilidade social corporativa de forma conjunta com a competitividade. Para tanto foi realizada uma análise bibliométrica tendo como base de consulta artigos publicados em periódicos nacionais e internacionais indexados ao *Web of Science*. Como os resultados da pesquisa apontaram, a RSC é um tema emergente e de crescente debate no meio acadêmico, e, com isso, mostra-se útil a utilização de um processo sistemático de revisão da literatura, a fim de encontrar padrões caracterizadores do tema estudado.

Uma das principais conclusões da pesquisa é que, por meio da análise dos principais termos encontrados nos artigos da amostra, pode-se perceber o destaque para os temas *Multinationals*, *Environmental Marketing* e *Institutional Entrepreneurship Capabilities*, os quais se encontram entre os mais recentes debatidos na literatura de RSC. Este resultado reforça a ideia de que a responsabilidade social corporativa está diretamente relacionada ao dinamismo da economia e de como as empresas têm se portado diante dessas constantes mudanças, sendo um tema que engloba muitos outros subtemas e, assim, abre muitas possibilidades de estudos acadêmicos mais específicos, pois a visão sistêmica e multidisciplinar do assunto é fundamental para a melhor compreensão do mesmo.

Uma das contribuições da pesquisa se encontra na utilização do *software CiteSpace*, a fim de avançar no uso de ferramentas que auxiliam a propor novas formas de se construir um referencial teórico. Tal contribuição é reflexo do ambiente atual de discussões científicas, onde a quantidade de materiais e fontes de busca é cada vez maior e um trabalho capaz de compilar de forma objetiva, transparente e replicável se mostra útil à comunidade acadêmica (Crowther & Cook, 2007; Denyer & Neely, 2004).

A análise das citações possibilitou a identificação dos periódicos que mais publicaram artigos relacionando RSC e competitividade, sendo eles: *Journal of Business Ethics*, *Journal of Cleaner Production*, *International Journal of Production Economics* e *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Esta informação serve como um ponto direcionador, pois os apresentam como importantes alvos no momento da busca de artigos para a leitura e citação, bem como para a

submissão. No entanto, este resultado não deve restringir a esses periódicos a exploração do tema pelos leitores.

Ao verificar a tendência crescente do avanço da discussão relacionando RSC e competitividade nos artigos da amostra, pode-se concluir que a estratégia de RSC tem sido incorporada na realidade empresarial não apenas de forma reativa às leis, mas sim como fonte de competitividade empresarial. Isso pode ser concluído a partir da expressiva presença, na literatura, de tópicos que relacionam as práticas mais responsáveis a impactos na competitividade empresarial. Nesta linha, ao se tratar de competitividade e RSC, verifica-se outra contribuição da presente pesquisa, na qual pôde-se perceber que a escola do posicionamento de Porter teve destaque quando comparada com as diferentes correntes que compõem a teoria sobre estratégia. Mesmo que o trabalho de Porter (1980) seja reconhecido como um divisor de águas no tema competitividade (Mintzberg, Ahlstrand, & Lampel, 2009), ao relacionar os temas RSC e competitividade, a comunidade acadêmica tem seguido, em especial, duas linhas para a análise.

Como limitação desta pesquisa tem-se a restrição das buscas a uma base de dados (*Web of Science*), o que pode ter reduzido a amostra e com isso as possíveis conclusões, bem como a própria utilização do *software*, o qual depende da qualidade dos inputs (preenchimento correto e completo da descrição do artigo pela base de dados) para gerar as informações. Contudo ressalta-se que a amostra compreendeu publicações dos principais *journals* nacionais e internacionais, se mostrando assim, mesmo que restrita, com alto potencial qualitativo para tal estudo.

REFERÊNCIAS

- Affeldt, F. S., & Vanti, A. (2009). Alinhamento estratégico de tecnologia da informação: análise de modelos e propostas para pesquisas futuras. *JISTM*, 6(2), 203–226. JOUR. <http://doi.org/10.4301/S1807-17752009000200004>
- Arjoon, S. (2000). Virtue theory as a dynamic theory of business. *Journal of Business Ethics*, 28(2), 159–178. JOUR.
- Bansal, P., & Hunter, T. (2003). Strategic explanations for the early adoption of ISO 14001. *Journal of Business Ethics*, 46(3), 289–299. JOUR.
- Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2010). Integration of the environment in managerial strategy: application of the resource-based theory of competitive advantage, dynamic capabilities and corporate social responsibilities. *African Journal of Business Management*, 4(6), 1155. JOUR.

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Baron, D. P. (2001). Private politics, corporate social responsibility, and integrated strategy. *Journal of Economics & Management Strategy*, 10(1), 7–45. JOUR.
- Brown, T. J., & Dacin, P. A. (1997). The company and the product: Corporate associations and consumer product responses. *The Journal of Marketing*, 68–84. JOUR.
- Chen, C. (2006). CiteSpace II: Detecting and visualizing emerging trends and transient patterns in scientific literature. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(3), 359–377. JOUR.
- Crowther, M. a, & Cook, D. J. (2007). Trials and tribulations of systematic reviews and meta-analyses. *Hematology Am Soc Hematol Educ Program*, 493–497. <http://doi.org/10.1182/asheducation-2007.1.493>
- De Chiara, A., & Spena, T. R. (2011). CSR strategy in multinational firms: focus on human resources, suppliers and community. *J. Glob. Responsib.*, 2(1), 60–74. JOUR.
- Denyer, D., & Neely, A. (2004). Introduction to special issue: Innovation and productivity performance in the UK. *International Journal of Management Reviews*, 5(3), 131–135.
- Elms, H., Brammer, S., Harris, J. D., & Phillips, R. A. (2010). New directions in strategic management and business ethics. *Business Ethics Quarterly*, 20(3), 401–425. JOUR.
- Friedman, M. (2008). The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits. In T. L. Beauchamp & N. E. Bowie (Eds.), *Ethical theory and business* (pp. 50–54). Londres: Pearson Education.
- Greening, D. W., & Turban, D. B. (2000). Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce. *Business & Society*, 39(3), 254–280. JOUR.
- Husted, B. W. (2003). Governance choices for corporate social responsibility: to contribute, collaborate or internalize? *Long Range Planning*, 36(5), 481–498. JOUR.
- Ikpaahindi, L. (1985). An overview of bibliometrics: its measurements, laws and their applications. *Libri*, 35, 163. JOUR.

- Klassen, R. D., & Whybark, D. C. (1999). The impact of environmental technologies on manufacturing performance. *Academy of Management Journal*, 42(6), 599–615. JOUR.
- Kolk, A., & Pinkse, J. (2008). A perspective on multinational enterprises and climate change: Learning from “an inconvenient truth.” *J. Int. Bus. Stud.*, 39(8), 1359–1378. JOUR.
- Marín, L., Rubio, A., & Maya, S. R. (2012). Competitiveness as a strategic outcome of corporate social responsibility. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 19(6), 364–376. JOUR.
- Miles, M. P., & Covin, J. G. (2000). Environmental marketing: a source of reputational, competitive, and financial advantage. *Journal of Business Ethics*, 23(3), 299–311. JOUR.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (2009). *Safári da estratégia*. BOOK, São Paulo: Bookman Editora.
- Neely, A. (2005). The evolution of performance measurement research: developments in the last decade and a research agenda for the next. *International Journal of Operations & Production Management*, 25(12), 1264–1277. JOUR.
- North, D. C. (1991). Institutions, transaction costs, and the rise of merchant empires. *The Political Economy of Merchant Empires*, 22–40. JOUR.
- Payne, D. M., & Raiborn, C. A. (2001). Sustainable development: the ethics support the economics. *Journal of Business Ethics*, 32(2), 157–168. JOUR.
- Peters, N. J., Hofstetter, J. S., & Hoffmann, V. H. (2011). Institutional entrepreneurship capabilities for interorganizational sustainable supply chain strategies. *The International Journal of Logistics Management*, 22(1), 52–86. JOUR.
- Pinkse, J., & Kolk, A. (2012). Multinational enterprises and climate change: Exploring institutional failures and embeddedness. *J. Int. Bus. Stud.*, 43(3), 332–341. JOUR.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harv. Bus. Rev.*, 84(12), 78–92. JOUR.
- Robertson, D. C., & Nicholson, N. (1996). Expressions of corporate social responsibility in UK firms. *Journal of Business Ethics*, 15(10), 1095–1106. JOUR.

Teece, D., & Pisano, G. (1994). The dynamic capabilities of firms: an introduction. *Industrial and Corporate Change*, 3(3), 537–556. JOUR.

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <http://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>

Vilanova, M., Lozano, J. M., & Arenas, D. (2009). Exploring the nature of the relationship between CSR and competitiveness. *Journal of Business Ethics*, 87(1), 57–69. JOUR.

Wesselink, R., Blok, V., van Leur, S., Lans, T., & Dentoni, D. (2015). Individual competencies for managers engaged in corporate sustainable management practices. *Journal of Cleaner Production*, 106, 497–506. JOUR. <http://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.10.093>