

1. Introdução

A responsabilidade social corporativa tem alcançado cada vez mais destaque nos últimos anos, tanto nas empresas quanto na academia. Ultimamente, tem havido uma proliferação de iniciativas e conceitos relacionados ao tema (Schommer, 2000; Ashley, 2005; Faria; Sauerbronn, 2005).

É possível verificar um grande número de empresas que realizam e mantêm projetos sociais e ambientais, assim como pessoas sendo beneficiadas e bons resultados sendo alcançados. Dentre as empresas de médio e grande porte, se torna cada vez mais difícil encontrar alguma que não possua investimentos em responsabilidade social corporativa (Kreitlon, 2004; Barbosa; Lemme, 2007; Tristão et al., 2008).

No Brasil, a responsabilidade social corporativa vem ganhando força nas últimas décadas, principalmente com a criação de organizações não governamentais, institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão. Além disso, a enorme desigualdade social existente no país confere ao tema uma relevância ainda maior (Lourenço; Schroder, 2003).

Ashley (2005) afirma que a responsabilidade social corporativa é a responsabilidade da empresa com a sociedade, o que engloba as diversas relações estabelecidas entre ambas as partes. Já Schommer (2000) entra em maior detalhe ao propor que a responsabilidade social corporativa pressupõe que a atividade empresarial envolve compromissos com a cadeia produtiva da empresa: clientes, funcionários e fornecedores, além das comunidades, ambiente e sociedade.

Considerando as definições acima verificamos que é relevante para o estudo da responsabilidade social corporativa, a compreensão da teoria dos *stakeholders* visto que esta afirma que todos os grupos que afetam ou são afetados de alguma forma pela organização devem ser considerados estrategicamente pela empresa (Freeman, 2005).

Outro ponto relevante para a compreensão da responsabilidade social corporativa é o processo de legitimação das empresas. Segundo Brown (1994), as

organizações fazem parte de um ambiente social do qual elas são dependentes de recursos e de mercados e a legitimidade as ajuda a obter facilidades de recursos e acesso irrestrito a mercados, além de aumentar suas perspectivas de sobrevivência.

A responsabilidade social corporativa é considerada por alguns autores uma forma de legitimação da empresa, ou seja, uma forma da empresa ser mais bem aceita pela sociedade e obter suporte aos seus objetivos e atividades, demonstrando que suas ações são corretas e apropriadas (Moir, 2001; Matten; Moon, 2008; Santos, 2008).

A legitimação das empresas por meio da responsabilidade social corporativa está relacionada, dentre outros tópicos, à institucionalização do tema, pois os reflexos de práticas institucionalizadas ajudam a garantir a legitimidade das atividades da organização, ou seja, as organizações que incorporam ritos institucionalizados são mais legítimas, obtêm mais sucesso e aumentam sua probabilidade de sobreviver (Meyer; Rowan, 1977; Scott, 2005).

A teoria institucional é importante para o conceito de responsabilidade social, pois busca compreender como as estruturas organizacionais e normas (regras formais e informais) se estabelecem e são perpetuadas por meio de processos racionais em uma estrutura social e isto inclui as práticas de responsabilidade social corporativa (Santos 2008).

Segundo Meyer & Rowan (1977), a institucionalização não é algo planejado deliberadamente, mas envolve os processos por meio dos quais valores sociais (práticas, crenças, obrigações) assumem o status de regra no pensamento e na ação social. Nesse contexto, Tolbert & Zucker (1999) propõem três processos de institucionalização: habitualização, objetificação e sedimentação.

A habitualização é o processo em que começam a surgir novos arranjos estruturais em resposta a problemas e são criadas políticas e procedimentos para a normalização de tais arranjos nas organizações. A objetificação é o processo no qual se percebe a disseminação dos arranjos, procedimentos e modelos de estrutura e certo grau de consenso social em torno deles. E a sedimentação é o processo no qual o arranjo estrutural é propagado de forma completa por todo grupo de atores que seriam potenciais adotantes. Neste estágio a institucionalização é total.

Ainda não existe um consenso se as práticas de responsabilidade social corporativa já se institucionalizaram totalmente no Brasil. Isso depende do tipo de empresa, do seu tamanho, do ramo em que atua de sua origem (se multinacional ou não), do tipo de análise realizada, dentre outros (Ventura; Vieira, 2004; Barbosa, 2007; Santos, 2008; Mendes et al., 2009). Dessa forma, torna-se relevante analisar setores diferenciados de empresas brasileiras de forma a compreender melhor como tem se dado a institucionalização das ações de responsabilidade social corporativa, quais os principais agentes, as ações realizadas, as principais motivações e o impacto deste processo na sociedade.

Considerando a importância atribuída à responsabilidade social corporativa no meio acadêmico e organizacional, a adesão cada vez maior pelas empresas, a grande divulgação de projetos socioambientais e a importância dos *stakeholders* neste processo, a principal questão de pesquisa que emerge é: como tem ocorrido a institucionalização da responsabilidade social corporativa nas empresas?

1.1. Objetivos da pesquisa

O principal objetivo da pesquisa é verificar como tem ocorrido a institucionalização da responsabilidade social corporativa especificamente nas empresas farmacêuticas, tendo como base os estágios do processo de institucionalização propostos por Tolbert & Zucker (1999).

O objetivo intermediário é verificar quais os impactos e as consequências da institucionalização da responsabilidade social corporativa para as comunidades alcançadas pelos projetos sociais realizados pelas empresas, ou seja, para um dos *stakeholders* afetados.

1.2. Delimitação do estudo

O tema a ser estudado é bastante extenso e pode compreender diversos focos de pesquisa a serem trabalhados. Desta forma, é necessário que sejam apresentadas delimitações bem definidas do que foi analisado.

Este estudo foi realizado em empresas farmacêuticas de médio e grande porte que atuam no Brasil e possuem projetos sociais desenvolvidos e

implementados no país. O segmento foi escolhido por se compreender que existem poucos estudos relacionando a indústria farmacêutica à responsabilidade social corporativa e utilizando a teoria institucional. Também por se perceber que pouca é a divulgação de ações de responsabilidade social pelo segmento, despertando o interesse de conhecer melhor o que é realizado pelas empresas farmacêuticas.

Além disso, a escolha está relacionada a contatos com funcionários e ao acesso da autora às empresas que foi facilitado pela concentração de organizações em locais aproximados. Também foram acessadas empresas por meio de e-mails enviados e respondidos aleatoriamente.

Outra delimitação que foi considerada é que as empresas selecionadas possuíssem estratégias, projetos e investimentos em responsabilidade social corporativa há pelo menos três anos, pois se compreendeu que dessa forma a formalização e estruturação seria maior. Elas também deveriam estar localizadas ou possuir subsidiárias no Estado do Rio de Janeiro devido ao período de tempo disponível para a pesquisa e a limitações de verba.

Os *stakeholders* incluídos e entrevistados para o estudo foram *stakeholders* internos e externos à organização, sendo funcionários das empresas selecionadas e pessoas que participam ou são responsáveis por projetos sociais apoiados ou criados por essas mesmas empresas. Esses *stakeholders* são considerados primários. De acordo com Clarkson (1995), *stakeholders* primários são aqueles dos quais a organização depende e sem os quais ela não pode sobreviver, tais como: acionistas, investidores, empregados, consumidores, fornecedores, governo e a comunidade que prove infraestrutura e mercado.

Apesar de compreender que as ações de responsabilidade social podem se efetivar em diversos segmentos, o foco do estudo foi em projetos sociais e ações comunitárias. Segundo Melo Neto & Froes (2001), os projetos sociais são voltados para solução de problemas sociais que as populações vivenciam sendo ações de fomento ao desenvolvimento social. Já as ações comunitárias correspondem à participação da empresa em campanhas sociais realizadas pelo governo, entidades filantrópicas e comunitárias contando apenas com ações de doação e apoio.

O foco ambiental não foi ressaltado assim como as ações internas das empresas apesar de terem sido citados, pois para a pesquisa são mais relevantes os

projetos ligados ao atendimento às comunidades, à educação, à redução de desigualdades sociais e à promoção de cultura e lazer aos menos favorecidos. Essa escolha foi feita, pois torna a pesquisa menos complexa e mais homogênea e a comparação entre as empresas e projetos mais simples e correta. O interesse da autora por esta vertente também foi crucial para esta definição. Além disso, embora esta não seja necessariamente a dimensão mais importante da responsabilidade social corporativa, é uma das mais visíveis e que possui maior atenção por parte das empresas e da mídia em geral.

Com a seguinte pesquisa não se pretende fazer generalizações dos resultados para o contexto brasileiro visto que a amostra de empresas selecionadas (estudo de casos) não é estatisticamente significativa.

1.3. Relevância do estudo

Este estudo contribui no meio acadêmico para um maior desenvolvimento e aprofundamento dos estudos da institucionalização da responsabilidade social corporativa nas empresas, utilizando como arcabouço teórico principal a teoria de Tolbert & Zucker (1999) dos estágios do processo de institucionalização.

Apesar de a teoria de Tolbert & Zucker (1999) ser bastante citada em estudos acadêmicos, poucos trabalhos a utilizam para analisar o processo de institucionalização em especial relacionado à responsabilidade social corporativa. Além disso, os trabalhos existentes não utilizam as dimensões comparativas dos estágios de institucionalização propostas pelas autoras como base para análise em seus estudos como é feito nesta pesquisa (característica dos adotantes, ímpeto para difusão, atividade de teorização, variância na implementação e taxa de fracasso estrutural).

Considerando a análise dos impactos e das consequências da institucionalização da responsabilidade social corporativa para as comunidades alcançadas pelos projetos sociais, o trabalho leva em conta a visão de um parceiro externo de forma a corroborar informações fornecidas pelas empresas. Em geral, este tipo de pesquisa realizada com representantes externos à organização é um pouco deixado de lado por estudiosos do tema sendo uma lacuna no campo de administração que este trabalho pretende preencher. Esta é uma análise de

extrema importância para a compreensão do tema e que dá mais significado ao estudo da institucionalização da responsabilidade social corporativa.

Ao analisar a institucionalização do tema e os impactos na comunidade esta pesquisa contribui também para a verificação do alinhamento entre teoria e prática da responsabilidade social corporativa nas organizações o que se observa em estudos acadêmicos, mas com focos diferentes do apresentado neste estudo. Essa análise requer um olhar crítico, pois em muitos casos este alinhamento entre teoria e prática não ocorre ou ocorre de forma equivocada. Esta contribuição é relevante para os estudos acadêmicos e gerenciais em se tratando de um tema tão delicado e importante para a sociedade, pois gera uma reflexão sobre a real motivação das ações de responsabilidade social corporativa.

Cabe ressaltar que o trabalho buscou obter informações que auxiliem não apenas em estudos acadêmicos futuros relacionados ao tema, mas também as organizações que adotam ou desejam adotar ações de responsabilidade social corporativa. E contribui para que essas organizações possam ter uma melhor compreensão da qualidade de seus atos relacionados à responsabilidade social corporativa para que sejam assumidas formas mais responsáveis de atuação.