

Cultura Nacional e Responsabilidade Social Corporativa

Sirlene Koprowski¹ 

Sady Mazzioni² 

Cristian Baú Dal Magro³ 

Fabricia Silva da Rosa⁴ 

Resumo

Objetivo – Analisar se as dimensões culturais de país influenciam o desempenho em Responsabilidade Social Corporativa (RSC) das empresas.

Referencial teórico – O estudo utiliza as dimensões culturais de Hofstede e a Teoria dos *Stakeholders* como base teórica.

Metodologia – O estudo utilizou o método de regressão linear múltipla para analisar os dados de uma amostra com 4.598 empresas de 41 países. A coleta dos dados foi realizada nos sites CSRHub, Geert Hofstede, Transparência Internacional e Thomson Reuters.

Resultados – Os achados indicam que as diferenças nas dimensões culturais dos países influenciam as atividades empresariais de RSC. Mais especificamente, empresas localizadas em países com cultura de i) maior distância do poder; ii) maior individualismo; iii) maior feminilidade; iv) menor aversão à incerteza; e v) maior orientação a longo prazo apresentam maiores desempenhos em RSC.

Implicações práticas e sociais da pesquisa – O conhecimento prévio da expectativa de engajamento em RSC de acordo com a cultura do país pode auxiliar na formulação de estratégias de empresas que almejam expandir seus negócios para países distintos daquele de sua origem, possibilitando atender às diversas partes interessadas e melhorar a competição em relação a suas concorrentes domésticas.

Contribuições – A cultura do país pode determinar se os *stakeholders* estão interessados em práticas de RSC.

Palavras-chave – Dimensões culturais; Hofstede; desempenho em RSC.

1. Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó), Mestrado em Ciências Contábeis e Administração, Chapecó-SC, Brasil
2. Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó), Mestrado em Ciências Contábeis e Administração, Chapecó-SC, Brasil
3. Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó), Mestrado em Ciências Contábeis e Administração, Chapecó-SC, Brasil
4. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Departamento de Ciências Contábeis, Florianópolis-SC, Brasil

Como citar:

Koprowski, S., Mazzioni, S., Dal Magro, C. B., Rosa, F. S., (2021). Cultura Nacional e Responsabilidade Social Corporativa. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 22(1), p.1-15.

Recebimento:

20/05/2020

Aprovação:

18/01/2021

Editor responsável:

Prof. Dr. Leire San-Jose

Processo de avaliação:

Double Blind Review

Revisores:

Elizabeth Borelli; Roberto Cazzari



Revista Brasileira de Gestão de Negócios

<https://doi.org/10.7819/rbgn.v.23i3.4115>

I Introdução

A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) tornou-se preocupação crescente das empresas, que passaram a ser avaliadas não somente por seu desempenho financeiro, mas também pelo desempenho social (Rhou, Singhal & Koh, 2016). Como consequência das preocupações advindas das partes interessadas da firma, a RSC emergiu como relevante agenda de pesquisa (Pradhan & Nibedita, 2019), obtendo destaque em virtude do recente debate de sua contribuição ao desenvolvimento sustentável e para mitigar impasses contemporâneos que ultrapassam as fronteiras nacionais (Halkos & Skouloudis, 2017).

Ademais, à medida que as empresas expandem seus negócios internacionalmente, precisam considerar as obrigações sociais e ambientais, que diferem consideravelmente em cada contexto (Ho, Wang & Vitell, 2012). A literatura aponta que a cultura nacional é uma das principais causas para possíveis divergências (Halkos & Skouloudis, 2017).

A cultura pode ser definida como um direcionamento coletivo da mente que difere os membros de uma nação, região ou grupo étnico, de outros (Hofstede, 1994). Em virtude dessas diferenças, a importância e o entendimento do que representa a RSC pode divergir entre os países em função dos aspectos culturais envolvidos (Ho et al., 2012). Considerando esse aspecto, a cultura dos países desempenha um papel relevante sobre as pressões sociais e ambientais que as empresas enfrentam (Horak, Arya & Ismail, 2018), moldando as expectativas das partes interessadas das firmas sobre questões de RSC (García-Sánchez, Cuadrado-Ballesteros & Frias-Aceituno, 2016).

O meio acadêmico tem investigado o impacto da cultura do país na RSC das empresas, utilizando para tal as dimensões culturais propostas por Hofstede (1980, 1994) e Hofstede, Hofstede e Minkov (2010), a exemplo dos estudos de García-Sánchez et al. (2016), Ho et al. (2012), Ringov e Zollo (2007) e Thanetsunthorn e Wuthisatian (2018).

Ringov e Zollo (2007) averiguaram o efeito das dimensões culturais no desempenho social e ambiental de 463 empresas de 23 países norte-americanos, europeus e asiáticos. As evidências empíricas permitiram a suposição de que um comportamento socialmente responsável das organizações é influenciado pelo contexto cultural.

Ho et al. (2012) analisaram o impacto da cultura nacional e do ambiente geográfico sobre o desempenho social das empresas. Ao investigar empresas de 49 países distintos, totalizando 3.680 observações, encontraram

evidências de que as dimensões culturais de Hofstede exercem influência significativa sobre o desempenho social das empresas.

Adotando um índice baseado nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), García-Sánchez et al. (2016) examinaram a influência do ambiente institucional sobre a divulgação de informações voluntárias de RSC. Para tanto, consideraram uma amostra de 1.598 empresas de 20 países distintos, no período de 2004 a 2010, e constataram que as dimensões culturais exercem relevantes pressões sobre as organizações, impulsionando o comportamento corporativo para uma maior transparência.

Halkos e Skouloudis (2017) investigaram a influência das dimensões culturais de Hofstede na RSC nacional. Admitindo a heterogeneidade de 86 países distintos para essa análise, encontraram evidências de que a cultura nacional influencia o engajamento do país em questões de RSC, tendo o potencial de afetar iniciativas empresariais socialmente responsáveis.

As dimensões culturais podem, entretanto, influenciar de formas distintas a RSC, considerando diferentes pontos de análise. Um exemplo é o estudo de Kang, Lee e Yoo (2016), que considerou 365 empresas de capital aberto dos EUA do setor de hotelaria, no período de 1993 a 2011, para averiguar o efeito das dimensões culturais sobre três vertentes de RSC: positiva (pontuação por atividades socialmente responsáveis), negativa (pontuação por atividades socialmente irresponsáveis) e pontuação total. Os resultados demonstraram influências distintas das dimensões culturais sobre as três variáveis de RSC.

Outro exemplo refere-se ao estudo de Thanetsunthorn e Wuthisatian (2018), que avaliaram o efeito das dimensões culturais sobre a RSC, considerando três subáreas específicas e relacionadas com empregados: i) remuneração e benefícios; ii) diversidade e direitos laborais; e iii) formação, saúde e segurança. Para tanto, utilizaram o desempenho em RSC (vertente empregados) de 8.940 empresas de 48 países de nove regiões diferentes, comprovando que as dimensões culturais impactam nas atividades de RSC relacionadas aos empregados, porém os resultados em cada subárea apresentaram influências divergentes em cada tipo de cultura.

Assim, embora existam estudos que consideraram a relação entre a cultura dos países e questões de RSC, percebem-se inconsistências nos achados do efeito individual de cada dimensão cultural sobre a RSC das empresas. Além disso, a maioria das pesquisas que trataram sobre essas vertentes e a RSC adotou apenas quatro das

seis dimensões culturais propostas por Hofstede, sendo geralmente desconsideradas as dimensões de orientação a longo prazo e indulgência *versus* restrição (Thanetsunthorn & Wuthisatian, 2018). Como se percebe, nos estudos anteriores a mensuração da RSC considerou aspectos de evidênciação ou de dimensões ambientais e/ou sociais de forma individual, permanecendo o desempenho global da empresa em RSC uma oportunidade a ser explorada.

Diante desse contexto, pretende-se responder à seguinte questão de pesquisa: qual a influência das dimensões culturais de país no desempenho em Responsabilidade Social Corporativa das empresas? O objetivo do estudo consiste em avaliar se as dimensões culturais de país influenciam o desempenho em Responsabilidade Social Corporativa das empresas, no âmbito internacional.

Como justificativa do estudo, destaca-se a relevância que os achados da pesquisa representam no desenvolvimento de estratégias empresariais de internacionalização (Kang et al., 2016). O estudo contribui com a temática ao evidenciar que os fatores culturais em nível de país e características em nível organizacional afetam o comportamento das empresas no desempenho em Responsabilidade Social Corporativa. Assim, o desempenho em RSC é dependente da receptividade cultural do país e de fatores internos da empresa.

2 Revisão da literatura e hipóteses da pesquisa

A cultura nacional pode ser entendida como o conjunto de valores, crenças e objetivos de um país que norteiam as atitudes de seus membros (Hofstede, 2001). Da mesma forma, os princípios aceitos e a percepção diante de atividades socialmente responsáveis realizadas por empresas também variam de cultura para cultura (Kang et al., 2016).

O próprio entendimento sobre o que é responsabilidade social está ligado a um contexto específico e a cultura nacional influencia a expectativa da sociedade sobre a forma com que as empresas devem se comportar (Ringov & Zollo, 2007). Assim, a cultura e os valores sociais podem influenciar a postura das organizações na forma em que utilizam os recursos (naturais e financeiros) e de seu envolvimento em práticas socialmente responsáveis (Horak et al., 2018).

As dimensões culturais propostas por Hofstede (1980, 1994) e Hofstede et al. (2010) têm sido utilizadas pelo meio acadêmico com o intuito de averiguar o impacto

das diferenças culturais das nações no envolvimento empresarial em questões de RSC. Neste estudo, são adotadas as seis dimensões culturais de Hofstede, sendo elas: distância do poder, individualismo *versus* coletivismo, masculinidade *versus* feminilidade, aversão à incerteza, orientação a longo prazo e indulgência *versus* restrição.

2.1 Distância do poder

A dimensão cultural sobre distância do poder refere-se à medida em que os indivíduos menos poderosos das organizações esperam e aceitam que a distribuição do poder seja feita de forma desigual (Halkos & Skouloudis, 2017). Os indivíduos em países com alta pontuação nesta dimensão aceitam uma hierarquia estabelecida e a desigualdade sem precisar de mais justificativas. Por sua vez, os membros pertencentes às nações com baixas pontuações tendem a ter menor tolerância na desigualdade de poder, despendendo mais esforços para igualar tal condição (Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010).

Evidências de pesquisas anteriores (Ho et al., 2012; Kang et al., 2016; Thanetsunthorn & Wuthisatian, 2018) apontam para influência positiva da alta distância de poder em questões de RSC. O estudo de Kang et al. (2016) propõe que empresas multinacionais atuantes em países com alta distância do poder, dadas sua expressividade e liderança econômica, tendem a realizar atividades socialmente responsáveis.

Dessa forma, pode-se inferir que as empresas pertencentes às culturas com maior distância do poder, ao decidirem adotar em suas estratégias de negócios iniciativas proativas de RSC, terão apoio de seus empregados e demais membros menos poderosos, os quais aceitam a existência de uma hierarquia na organização, sem maiores contestações (Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010), e assim tendem a apoiar mais a gestão em suas decisões. Portanto, propõe-se a seguinte hipótese:

H₁: empresas localizadas em países com maior distância do poder apresentam maior desempenho em Responsabilidade Social Corporativa.

2.2 Individualismo *versus* coletivismo

Essa dimensão se refere ao grau de interdependência que os membros de uma sociedade mantêm entre si (Hofstede Insights, 2019). Em uma sociedade individualista, espera-se que os indivíduos cuidem de si e das pessoas de sua família imediata. Já em países mais coletivistas, desde o nascimento as pessoas estão inseridas em grandes

e fortes grupos, marcados por famílias extensas, que se protegem de forma mútua em troca de inquestionável lealdade (Hofstede, 1994).

Empresas que atuam em sociedades altamente individualistas são menos propensas a demonstrar grandes preocupações sobre o impacto ambiental ou social de seus negócios, a menos que esteja no rol de seus interesses próprios (Ringov & Zollo, 2007). Por sua vez, empresas localizadas em países com cultura menos individualista (ou mais coletivista) apresentam maior envolvimento em questões de RSC (García-Sánchez et al., 2016; Ho et al., 2012; Kang et al., 2016).

Firmas inseridas em contextos mais coletivistas (ou menos individualistas) apresentam maior ênfase aos impactos causados na sociedade, em decorrência de suas atividades empresariais (Ho et al., 2012), dada a tendência em se preocupar mais com os outros, ocasionando uma maior orientação às partes interessadas da firma (García-Sánchez et al., 2016). Portanto, sugere-se a seguinte hipótese:

H₂: empresas localizadas em países culturalmente menos individualistas apresentam maior desempenho em Responsabilidade Social Corporativa.

2.3 Masculinidade versus feminilidade

As sociedades consideradas masculinas são marcadas pela competitividade, assertividade, realizações individuais, em que o poder e o sucesso são concebidos pela recompensa material (Ho et al., 2012; Hofstede, 1980; Ringov & Zollo, 2007). Aqui, o mais importante é vencer e ser o melhor (Hofstede Insights, 2019).

Já em sociedades tidas como femininas, cooperação, modéstia, qualidade de vida, apoio às outras pessoas, relações sociais e harmonia interpessoal são características valorizadas (Ho et al., 2012; Hofstede, 1980; Ringov & Zollo, 2007). O sinal de sucesso é a qualidade de vida e ter um destaque superior ao de outras pessoas não é admirável (Hofstede Insights, 2019).

As evidências apontam para um efeito negativo da masculinidade para questões de RSC (García-Sánchez et al., 2016; Kang et al., 2016; Ringov & Zollo, 2007; Thanetsunthorn & Wuthisatian, 2018). Portanto, nas culturas mais masculinas, as empresas tendem a empreender atividades que promovam sucesso econômico direto em detrimento das atividades benéficas à sociedade, já que melhorar o desempenho financeiro e ser superior à concorrência é primordial nesses países (Kang et al., 2016).

Culturas mais femininas (menos masculinas), porém, enfatizam as relações humanas e a preocupação

com os outros (Kang et al., 2016). Assim, as empresas atuantes nesses países possuem maior tendência em empreender atividades que melhorem a qualidade de vida de sua sociedade (García-Sánchez et al., 2016). Portanto, considera-se a seguinte hipótese:

H₃: empresas localizadas em sociedades culturalmente menos masculinas apresentam maior desempenho em Responsabilidade Social Corporativa.

2.4 Aversão à incerteza

Essa dimensão cultural está relacionada ao grau de tolerância de uma sociedade frente às incertezas ou ambiguidades (Ho et al., 2012; Hofstede, 1994; Ringov & Zollo, 2007). Os membros de sociedades com alta pontuação de aversão à incerteza tendem a se sentir desconfortáveis diante de situações novas ou incertas, utilizando-se de leis, regras e códigos de conduta como forma de proteção, com o intuito de amenizar as incertezas (Hofstede, 1980; Hofstede, 1994). Em contrapartida, os membros de países com baixa pontuação nessa dimensão são mais flexíveis em suas atitudes e comportamentos, com maior propensão em se envolver em situações de incerteza (Hofstede, 1980).

As evidências encontradas em investigações anteriores indicam que culturas com menor aversão à incerteza apresentam maiores envolvimento em questões de RSC (García-Sánchez et al., 2016; Halkos & Skouloudis, 2017; Thanetsunthorn & Wuthisatian, 2018).

Os indivíduos com alta aversão à incerteza apresentam dificuldades para se adaptar às novas exigências formais ou expectativas da sociedade, em relação aos aspectos sociais e ambientais (Ringov & Zollo, 2007), ao passo que expectativas mais elevadas das partes interessadas, sobre questões de RSC, são percebidas sobre as empresas pertencentes às sociedades com cultura de menor aversão à incerteza, dado o ambiente cultural desses países ser mais flexível, menos regrado e aberto às mudanças (García-Sánchez et al., 2016). Considera-se, portanto, a seguinte hipótese:

H₄: empresas localizadas em países com menor aversão à incerteza apresentam maior desempenho em Responsabilidade Social Corporativa.

2.5 Orientação em longo prazo

A orientação em longo prazo reflete o grau em que determinada sociedade apresenta uma perspectiva voltada ao futuro, dando importância à economia e à

persistência (Halkos & Skouloudis, 2017; Hofstede et al., 2010). Contrariamente, uma nação com orientação de curto prazo mantém respeito pela tradição e cumpre com obrigações sociais (Hofstede, 1994), priorizando resultados imediatos, como a satisfação e felicidade no presente (Thanetsunthorn & Wuthisatian, 2018).

A maior orientação de longo prazo vem sendo destacada pelo potencial de aumentar o envolvimento empresarial em questões de RSC (García-Sánchez et al., 2016; Halkos & Skouloudis, 2017). Como justificativa para esses achados, entende-se que em países com maior orientação em longo prazo a empresa possui uma missão maior do que apenas gerar retornos trimestrais a seus acionistas, servindo às demais partes interessadas e à sociedade por períodos duradouros (Hofstede Insights, 2019). Como consequência, as exigências das partes interessadas também tendem a ser moldadas dessa maneira, pressionando as firmas não apenas por aspectos financeiros, mas também por ações voltadas ao meio ambiente e à sociedade (García-Sánchez et al., 2016). Admite-se, portanto, a seguinte hipótese:

H₅: empresas localizadas em países com maior orientação em longo prazo apresentam maior desempenho em Responsabilidade Social Corporativa.

2.6 Indulgência *versus* restrição

A dimensão indulgência *versus* restrição está relacionada com a medida em que os membros da sociedade controlam seus desejos e impulsos, sendo que um controle fraco é referenciado como indulgência e um controle mais forte tratado como restrição (Halkos & Skouloudis, 2017; Hofstede Insights, 2019).

Os indivíduos de sociedades indulgentes são dispostos a fazer o possível em prol da felicidade, entretanto possuem menor propensão a ter disciplina moral e não priorizam a ordem social (Hofstede et al., 2010). Em contrapartida, os membros de sociedades mais restritivas possuem a convicção de que a gratificação para satisfazer desejos e auferir sentimentos de felicidade precisa ser controlada por normas rígidas (Halkos & Skouloudis, 2017; Hofstede et al., 2010).

O estudo sobre a dimensão cultural de indulgência *versus* restrição em questões de RSC ainda se apresenta incipiente, sendo observadas poucas inferências de seu reflexo sobre a postura empresarial voltada às atividades socialmente responsáveis, sendo o estudo de Thanetsunthorn e Wuthisatian (2018) uma exceção.

O fato de os membros de países mais indulgentes terem menor atenção à disciplina moral e à ordem pode impactar negativamente no momento de os gerentes de negócios tomarem decisões quanto a questões de RSC. Além disso, a maior propensão dos indivíduos em agirem em prol da felicidade momentânea pode desviar a atenção dos gestores para decisões que irão refletir no longo prazo das corporações, principalmente relacionadas às partes interessadas, como os empregados (Thanetsunthorn & Wuthisatian, 2018).

Sociedades mais indulgentes também podem dar menor atenção para atividades voltadas ao meio ambiente e sociedade em geral. Portanto, propõe-se a seguinte hipótese neste estudo:

H₆: empresas localizadas em países com menor indulgência apresentam maior desempenho em Responsabilidade Social Corporativa.

3 Procedimentos metodológicos

A pesquisa é caracterizada como quantitativa, descritiva e documental. O delineamento da população e amostra do estudo deu-se por meio de quatro etapas, detalhadas na Tabela 1, em que os países e as empresas constam agrupados em dez regiões geográficas, seguindo a divisão adotada pela base CSRHub (2018).

A composição da população e amostra final do estudo (Tabela 1) seguiu os seguintes procedimentos:

Total: total de países e empresas constantes no site CSRHub em setembro de 2018.

Filtro 1: representa o total de países e empresas que continham a efetiva avaliação do desempenho de RSC, na base CSRHub.

Filtro 2: representa o total de países e empresas que continham todos os dados completos referente ao desempenho em RSC (CSRHub, 2018), dimensões culturais do país (Geert Hofstede, 2015) e índice de percepção da corrupção (Transparência Internacional, 2018).

Filtro 3: corresponde ao total de países e empresas que continham, além dos dados anteriormente citados, os dados necessários para operacionalizar as variáveis de controle do estudo em nível de empresa (tamanho da empresa, concentração de propriedade, rentabilidade do ativo, internacionalização e setor econômico).

Filtro 4: com o intuito de proporcionar maior robustez à pesquisa, foram excluídos da amostra os países

Tabela 1
Composição da população e amostra da pesquisa

Região geográfica	Países					Empresas				
	Total	Filtro 1	Filtro 2	Filtro 3	Filtro 4	Total	Filtro 1	Filtro 2	Filtro 3	Filtro 4
África	24	7	1	0	0	497	179	5	0	0
América do Norte	3	3	3	3	3	7.752	3.943	3.943	1.593	1.593
América do Sul	10	5	5	5	5	597	204	204	157	157
Ásia	8	8	5	5	5	2.910	1.305	1.299	1.071	1.071
Caribe	11	6	0	0	0	145	61	0	0	0
Europa	45	31	24	21	18	4.164	1.618	1.580	1.089	1.074
Oriente Médio	16	10	2	2	2	375	136	58	48	48
Pacífico	3	3	3	3	3	828	507	507	350	350
Sudeste asiático	7	5	4	4	4	678	226	224	177	177
Sul da Ásia	5	4	4	3	1	478	164	164	137	128
Total	132	82	51	46	41	18.424	8.343	7.984	4.622	4.598

Tabela 2
Descrição da variável dependente

Variável	Métrica	Autores de base
Índice de Desempenho em Responsabilidade Social Corporativa (IDRSC)	Índice de 0 a 100, composto a partir do ranking geral de desempenho em RSC da empresa em relação à comunidade, empregados, meio ambiente e governança; quanto mais próximo de 100, melhor.	Thanetsunthorn e Wuthisatian (2018); Acabado, Branca, Catalão-Lopes e Pina (2019).

com menos de 10 (dez) empresas, sendo: Hungria (3), Paquistão (6), Portugal (9), República Checa (3) e Sri Lanka (3).

Ressalta-se que, dentre as dez regiões geográficas adotadas pela base CSRHub, duas regiões não tiveram dados suficientes para permanecer no estudo: África e Caribe. Dessa forma, para atender ao objetivo da pesquisa, consideraram-se como amostra final 4.598 empresas, pertencentes a 41 países.

A coleta dos dados teve início pela variável dependente correspondente ao índice de desempenho em RSC, coletada no site CSRHub (2018). Tal base fornece a classificação do desempenho em RSC de um amplo número de empresas em âmbito internacional (CSRHub, 2018). Na Tabela 2, expõe-se a métrica da referida variável.

As escalas das dimensões culturais (variáveis explicativas) foram coletadas do *site* Geert Hofstede, com as pontuações culturais atualizadas em 2015, conforme métricas demonstradas na Tabela 3.

Além das dimensões culturais, foram incorporadas variáveis de controle ao estudo, tendo suas métricas expostas na Tabela 4.

Das variáveis de controle, destaca-se que o índice de percepção da corrupção foi auferido do *site* da Transparência Internacional (2018) e as demais variáveis foram coletadas na base de dados Thomson Reuters.

Os dados para operacionalizar as variáveis de estudo referem-se ao ano de 2017, com exceção das dimensões culturais, cuja atualização mais recente ocorreu em 2015. A coleta foi realizada no mês de setembro de 2018.

Para verificar a relação das variáveis explicativas e de controle com a variável dependente, utilizou-se o método de regressão linear múltipla, considerando o modelo apresentado na Equação 1:

$$\text{IDRSC}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{PDI}_{it} + \beta_2 \text{IDV}_{it} + \beta_3 \text{MAS}_{it} + \beta_4 \text{UAI}_{it} + \beta_5 \text{LTOWVS}_{it} + \beta_6 \text{IVR}_{it} + \beta_7 \text{IPC}_{it} + \beta_8 \text{OLP}_{it} + \beta_9 \text{TAM}_{it} + \beta_{10} \text{CPRO}_{it} + \beta_{11} \text{ROA}_{it} + \beta_{12} \text{INT}_{it} + \beta_{13} \text{SETOR}_{it} + \varepsilon \quad (\text{Equação 1})$$

As variáveis da Equação 1, com suas métricas, estão descritas nas Tabelas 2, 3 e 4.

4 Análise e discussão dos resultados

Inicialmente, são demonstradas as variáveis em nível de país. De acordo com a Tabela 5, identificou-se que as menores pontuações da amostra referente ao índice de

Tabela 3
Descrição das dimensões culturais

Variáveis	Métrica	Autores
Índice de 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.	Hofstede (1994); Hofstede et al. (2010);
Índice de Individualismo (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.	Ho et al. (2012); Liang e Renneboog (2017);
Índice de Masculinidade (MAS)	Escala de 0 a 100, em que mais próxima de 100 maior a masculinidade do país e mais próxima de 0 maior a feminilidade.	Thanetsunthorn e Wuthisatian (2018).
Índice de Aversão à 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.	
Índice de Orientação a Longo 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.	
Índice de Indulgência versus Restrição (IVR)	Escala de 0 a 100, em que mais próxima de 100 maior a indulgência e mais próxima de 0 maior a restrição.	

Tabela 4
Descrição das variáveis de controle

Variáveis	Métrica	Autores de base
Índice de percepção da corrupção (IPC)	Escala de 0 a 100, sendo 0 igual a alto grau de percepção da corrupção e 100, alto grau de percepção de integridade no setor público.	Barkemeyer, Preuss e Ohana (2018); Kühn, Stiglbauer e Fifka (2018).
Origem legal do país (OLP)	Variável <i>dummy</i> , sendo 1 para o país com sistema <i>common law</i> e 0 para <i>code law</i> .	La Porta, Lopez-de-Silanes e Shleifer (2008); Liang e Renneboog (2017).
Tamanho da empresa (TAM)	Logaritmo natural do valor contábil do ativo total.	Gamerschlag, Möller e Verbeeten (2011); Acabado et al. (2019)
Concentração de propriedade (CPRO)	Logaritmo natural do número de ações detidas por <i>insiders</i> .	Kolsi e Attayah (2018).
Rentabilidade do ativo (ROA)	$\frac{\text{Lucro líquido}}{\text{Ativo total}}$	Reverte (2009); Pradhan e Nibedita (2019).
Internacionalização (INT)	$\frac{\text{Vendas externas}}{\text{Total de vendas}}$	Chakrabarty e Wang (2012); Barkemeyer et al. (2018).
Sector econômico (SETOR)	Variável <i>dummy</i> 1 para empresas constantes no setor financeiro e 0, para os demais casos.	Kühn et al. (2018).

percepção da corrupção (IPC) correspondem à Federação Russa (28) e ao México (28), ao passo que a nação com maior pontuação é a Dinamarca (88).

A amostra é composta por 982 empresas financeiras (21,36%) e 3.616 não financeiras (78,64%). Quanto à origem legal, os países classificados como *Common Law* foram: Austrália, Canadá, Emirados Árabes Unidos, EUA, Índia, Irlanda, Malásia, Nova Zelândia e Reino Unido.

Na Tabela 6 são apresentadas as pontuações mínimas e máximas de cada dimensão cultural (nível de país), com indicação dos respectivos países em ambos os casos (Painel A). Em seguida (Painel B), têm-se a média e o desvio padrão da variável dependente e variáveis de controle quantitativas (nível de empresa).

Na Tabela 7 são expostos os modelos de regressão do estudo. Foram adotados dois modelos: modelo 1

(todas as variáveis do estudo conjuntamente) e modelo 2 (método *stepwise*). Adotou-se tal procedimento com o intuito de proporcionar maior confiabilidade e robustez aos resultados da pesquisa.

Analisando-se a Tabela 7, constata-se que os dois métodos utilizados apresentaram resultados idênticos e consistentes, nos quais foram averiguadas influências positivas das dimensões culturais do índice de distância do poder (PDI), índice de individualismo (IDV) e índice de orientação de longo prazo (LTOWVS) sobre o desempenho em RSC das empresas.

Quanto ao índice de distância do poder, o achado averiguado na Tabela 7 corrobora Ho et al. (2012), Kang et al. (2016) e Thanetsunthorn e Wuthisatian (2018); no entanto, diverge de García-Sánchez et al. (2016), Halkos e Skouloudis (2017) e Ringov e Zollo (2007).

Tabela 5
Variáveis por país

País	PDI	IDV	MAS	UAI	LTOWVS	IVR	IPC	Origem
Alemanha	35	67	66	65	83	40	80	Code Law
Argentina	49	46	56	86	20	62	40	Code Law
Austrália	38	90	61	51	21	71	77	Common Law
Áustria	11	55	79	70	60	63	76	Code Law
Bélgica	65	75	54	94	82	57	75	Code Law
Brasil	69	38	49	76	44	59	35	Code Law
Canadá	39	80	52	48	36	68	81	Common Law
Chile	63	23	28	86	31	68	67	Code Law
China	80	20	66	30	87	24	39	Code Law
Cingapura	74	20	48	8	72	46	85	Code Law
Colômbia	67	13	64	80	13	83	36	Code Law
Coreia do Sul	60	18	39	85	100	29	57	Code Law
Dinamarca	18	74	16	23	35	70	88	Code Law
Emirados Árabes Unidos	80	38	53	68	23	34	70	Common Law
Espanha	57	51	42	86	48	44	58	Code Law
EUA	40	91	62	46	26	68	71	Common Law
Federação Russa	93	39	36	95	81	20	28	Code Law
Filipinas	94	32	64	44	27	42	36	Code Law
Finlândia	33	63	26	59	38	57	85	Code Law
França	68	71	43	86	63	48	72	Code Law
Grécia	60	35	57	112	45	50	45	Code Law
Hong Kong	68	25	57	29	61	17	76	Code Law
Índia	77	48	56	40	51	26	41	Common Law
Indonésia	78	14	46	48	62	38	38	Code Law
Irlanda	28	70	68	35	24	65	73	Common Law
Itália	50	76	70	75	61	30	52	Code Law
Japão	54	46	95	92	88	42	73	Code Law
Luxemburgo	40	60	50	70	64	56	81	Code Law
Malásia	104	26	50	36	41	57	47	Common Law
México	81	30	69	82	24	97	28	Code Law
Noruega	31	69	8	50	35	55	84	Code Law
Nova Zelândia	22	79	58	49	33	75	87	Common Law
Países Baixos	38	80	14	53	67	68	82	Code Law
Peru	64	16	42	87	25	46	35	Code Law
Polônia	68	60	64	93	38	29	60	Code Law
Reino Unido	35	89	66	35	51	69	80	Common Law
Suécia	31	71	5	29	53	78	85	Code Law
Suíça	34	68	70	58	74	66	85	Code Law
Tailândia	64	20	34	64	32	45	36	Code Law
Taiwan	58	17	45	69	93	49	63	Code Law
Turquia	66	37	45	85	46	49	41	Code Law
Mínimo	11	13	5	8	13	17	28	
Máximo	104	91	95	112	100	97	88	

Nota. Legenda: PDI: Índice de Distância do Poder; IDV: Índice de Individualismo; MAS: Índice de Masculinidade; UAI: Índice de Aversão à Incerteza; LTOWVS: Índice de Orientação a Longo Prazo; IVR: Índice de Indulgência versus Restrição.

Em relação ao índice de individualismo, o resultado encontrado é consistente com o de Thanetsunthorn e Wuthisatian (2018) e diverge das influências negativas averiguadas por García-Sánchez et al. (2016), Ho et al. (2012) e Kang et al. (2016). Adicionalmente, não corrobora os estudos de Halkos e Skouloudis (2017) e Ringov e Zollo (2007), que não obtiveram significância estatística.

Os resultados indicam que empresas com atuação em sociedades que possuem maior orientação em longo prazo tendem a apresentar melhor desempenho em RSC, corroborando evidências auferidas por García-Sánchez et al. (2016) e Halkos e Skouloudis (2017).

Contrariamente, as dimensões culturais referentes ao índice de masculinidade (MAS) e ao índice de aversão

Tabela 6
Estatística descritiva das variáveis

Painel A	PDI	IDV	MAS	UAI	LTOWVS	IVR
Mínimo	Áustria (11)	Colômbia (13)	Suécia (5)	Cingapura (8)	Colômbia (13)	Hong Kong (17)
Máximo	Malásia (104)	EUA (91)	Japão (95)	Grécia (112)	Coreia do Sul (100)	México (97)
Painel B	IDRSC	TAM	CPRO	ROA	INT	IPC
Média	52,35	35.074,07	994,70	4,24	0,33	62,15
Desvio padrão	7,78	181309,13	16437,01	18,76	0,34	19,94

Tabela 7
Coeficientes dos modelos de regressão do estudo

Variáveis explicativas	Modelo 1			Modelo 2		
	Método inserir			Método <i>stepwise</i>		
	Beta	Beta padronizado	VIF	Beta	Beta padronizado	VIF
PDI (Índice de Distância do Poder)	0,038***	0,082	5,13	0,036**	0,076	4,67
IDV (Índice de Individualismo)	0,108***	0,382	7,34	0,108***	0,383	7,33
MAS (Índice de Masculinidade)	-0,113***	-0,253	1,51	-0,114***	-0,254	1,49
UAI (Índice de Aversão à Incerteza)	-0,043***	-0,115	2,00	-0,042***	-0,113	1,95
LTOWVS (Índice de Orientação a Longo Prazo)	0,069***	0,229	4,31	0,067***	0,222	3,58
IVR (Índice de Indulgência <i>versus</i> Restrição)	0,006	0,014	3,30			
IPC (Índice de Percepção da Corrupção)	-0,083***	-0,154	3,13	-0,083***	-0,153	3,12
OLP (Origem Legal do País)	-2,645***	-0,170	5,08	-2,622***	-0,168	5,04
TAM (Tamanho da Empresa)	3,090***	0,333	1,42	3,084***	0,333	1,41
CPRO (Concentração de Propriedade)	0,160***	0,057	1,64	0,158***	0,057	1,63
ROA (Rentabilidade)	-0,018***	-0,043	1,03	-0,018***	-0,043	1,03
INT (Internacionalização)	2,407***	0,106	1,27	2,412***	0,107	1,27
SETOR (Setor Financeiro)	-2,196***	-0,116	1,42	-2,194***	-0,116	1,42
(Constante)	44,091***			44,654***		
Observações		4.598			4.598	
R ²		0,242			0,241	
R ² ajustado		0,2407			0,239	
Estatística F		109,24			121,10	
Prob > F		0,0000			0,0000	

Nota. O símbolo de *** indica que a variável é significativa a 1%; ** a 5% e * a 10%

à incerteza (UAI) apresentaram influências negativas no desempenho em RSC das organizações analisadas. Quanto ao índice de masculinidade, esse resultado demonstrase consistente com os estudos de García-Sánchez et al. (2016), Kang et al. (2016), Ringov e Zollo (2007) e Thanetsunthorn e Wuthisatian (2018). Em contrapartida, diverge de Ho et al. (2012), o qual averiguou um impacto positivo, e de Halkos e Skouloudis (2017), que não obteve significância estatística.

O índice de aversão à incerteza também demonstrou influência negativa sobre o desempenho em RSC, corroborando García-Sánchez et al. (2016), Halkos e Skouloudis (2017) e Thanetsunthorn e

Wuthisatian (2018), considerando a vertente de remuneração e benefícios a empregados. No entanto, o achado diverge de Ho et al. (2012), Kang et al. (2016) e Thanetsunthorn e Wuthisatian (2018), admitindo as vertentes de diversidade e direitos laborais e formação, saúde e segurança dos empregados.

A dimensão cultural relativa ao índice de indulgência *versus* restrição (IVR) não apresentou coeficiente com significância estatística quando utilizada em conjunto com as demais variáveis (modelo 1) e excluída do modelo no método *stepwise* (modelo 2), não permitindo maiores inferências sobre sua relação com o desempenho em RSC das empresas.

Quanto às variáveis de controle, verificaram-se influências positivas do tamanho (TAM), concentração de propriedade (CPRO) e internacionalização (INT) sobre o desempenho em RSC das empresas investigadas. Quanto ao tamanho, pode-se dizer que empresas maiores apresentam maior desempenho em RSC, corroborando diversos estudos sobre os determinantes da RSC (Acabado, Branca, Catalão Lopes & Pina, 2019; Gamerschlag, Möller & Verbeeten, 2011; Kühn, Stiglbauer & Fifka, 2018; Reverte, 2009; Pradhan & Nibedita, 2019; Wang, Song & Yao, 2013).

A influência positiva averiguada da concentração de propriedade sobre o desempenho em RSC corrobora Wang et al. (2013) e com os argumentos apontados na pesquisa de Godos-Díez, Fernández-Gago, Cabeza-García e Martínez-Campillo (2014), de que, em empresas com alta concentração de propriedade, os CEOs têm um perfil mais próximo do principal do que de um agente, impactando positivamente em decisões relacionadas a RSC.

Os resultados também permitem inferir que empresas com maior internacionalização têm maior desempenho em RSC, sendo consistente com os achados de Chakrabarty e Wang (2012) e Cheung, Kong, Tan e Wang (2015). Esse resultado pode estar atrelado ao fato de que as empresas que buscam obter ou manter negócios com companhias no exterior são pressionadas a adotar práticas mais consistentes de RSC (Cheung et al., 2015).

Contrariamente, foram percebidas influências negativas do índice de percepção da corrupção (IPC), da origem legal do país (OLP), da rentabilidade (ROA) e do setor financeiro (SETOR) sobre o desempenho em RSC das empresas. Considerando o índice de percepção da corrupção, percebe-se que empresas pertencentes a países tidos como mais corruptos (menor pontuação) apresentam maiores desempenhos em RSC, divergindo do estudo de Kühn et al. (2018), mas sendo consistente com os argumentos de Lopatta, Jaeschke, Tchikov e Lodhia (2017) de que as empresas podem utilizar estratégias corporativas que proporcionem um bom desempenho em RSC para minimizar sua potencial exposição à corrupção.

Quanto à origem legal do país, os resultados permitem inferir que empresas em nações de tradição *code law* apresentam desempenho em RSC significativamente maior do que companhias em países *common law*. O resultado é consistente com o argumento de Liang e Renneboog (2017) e Lopatta et al. (2017), de que a premissa fundamental do sistema *common law* está voltada à proteção dos acionistas e com estratégia de

controle social orientada pelo mercado, e essa ênfase pode deixar o atendimento às demais partes interessadas em segundo plano. Porém, em países *code law* os direitos das partes são garantidos por leis e regras formais, com o controle social sendo direcionado pelo Estado (Liang & Renneboog, 2017).

Os achados da pesquisa também apontam que empresas menos rentáveis tendem a ter maior desempenho em RSC, sendo consistentes com o estudo de Reverte (2009). Infere-se que empresas com investimentos em atividades de RSC acabam adquirindo custos adicionais em decorrência de tais iniciativas, optando, muitas vezes, por reinvestir os lucros no próprio negócio para suprir esse acréscimo nos custos (Pradhan & Nibedita, 2019).

Os resultados indicam, ainda, que empresas pertencentes ao setor financeiro apresentam menor desempenho em RSC, corroborando Acabado et al. (2019), Gamerschlag et al. (2011) e Kühn et al. (2018). Esse comportamento pode estar relacionado ao menor impacto ambiental causado na sociedade em comparação aos demais segmentos econômicos (Acabado et al., 2019; Kühn et al., 2018).

A Tabela 8 apresenta a síntese dos resultados para as hipóteses propostas no estudo.

Considerando as hipóteses formuladas, os resultados fornecem suporte para não rejeitar H_1 (empresas localizadas em países com maior distância do poder apresentam maior desempenho em Responsabilidade Social Corporativa). Dessa forma, confirma-se que as empresas atuantes em países marcados por maior distância de poder, ao decidirem adotar um engajamento mais ativo em questões de RSC, terão o inquestionável apoio de seus empregados e demais membros da organização (Kang et al., 2016), dado que os indivíduos dessas sociedades aceitam a existência de uma hierarquia, sem maiores contestações (Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010), demonstrando maior tendência em apoiar a gestão em suas decisões.

Quanto a H_2 (empresas localizadas em países culturalmente menos individualistas apresentam maior desempenho em Responsabilidade Social Corporativa), os resultados indicam a rejeição da hipótese, tendo em vista que, apesar de apresentar significância estatística, o sinal obtido é divergente do esperado. Portanto, os achados apontam que empresas com atuação em países mais individualistas apresentam maiores desempenhos em RSC.

Uma explicação possível para esse achado pode estar relacionada ao fato de que, em culturas individualistas,

Tabela 8
Síntese dos resultados do estudo

Hipóteses	Variáveis	Sinal esperado	Sinal obtido	Significante?	Resultados
H1	Distância do Poder (PDI)	(+)	(+)	Sim	Não rejeita
H2	Individualismo <i>versus</i> Coletivismo (IDV)	(-)	(+)	Sim	Rejeita
H3	Masculinidade <i>versus</i> Feminilidade (MAS)	(-)	(-)	Sim	Não rejeita
H4	Aversão à Incerteza (UAI)	(-)	(-)	Sim	Não rejeita
H5	Orientação em Longo Prazo (LTOWVS)	(+)	(+)	Sim	Não rejeita
H6	Indulgência <i>versus</i> Restrição (IVR)	(-)	(+)	Não	Rejeita

como os Estados Unidos (Ho et al., 2012), a expectativa é de que os indivíduos cuidem de si mesmo e de seus familiares, sem depender do governo para tal (Hofstede Insights, 2019). Essa maior independência da sociedade em relação ao ente governamental pode gerar um reflexo positivo no desempenho em RSC das organizações, já que práticas socialmente responsáveis, em sua maioria, tratam de questões voluntárias. Assim, diante das pressões de diversas partes interessadas, as empresas com atuação em tais sociedades tendem a atender aos aspectos socioambientais, sem a necessidade de uma obrigatoriedade legal, já que os gestores possuem interesse na perpetuidade da empresa.

Outra possível explicação pode ser decorrente do fato de que empresas localizadas em países de cultura individualista utilizam as ações de RSC para sinalizar às partes interessadas um comportamento socialmente responsável para se distinguir das demais.

Na H_3 (empresas localizadas em sociedades culturalmente menos masculinas apresentam maior desempenho em Responsabilidade Social Corporativa), as evidências empíricas encontradas dão suporte para a não rejeição da hipótese. Portanto, confirma-se que empresas inseridas em culturas menos masculinas (ou mais femininas) tendem a empreender atividades que visem à melhoria da qualidade de vida da sociedade (García-Sánchez et al., 2016), já que são sociedades que enfatizam relações humanas e preocupação com os outros (Kang et al., 2016), além de valores como cooperação, modéstia e qualidade de vida (Ho et al., 2012; Hofstede, 1980; Ringov & Zollo, 2007). Tais aspectos parecem moldar o comportamento empresarial nesse sentido, principalmente admitindo iniciativas de RSC.

Considerando a H_4 (empresas localizadas em países com menor aversão à incerteza apresentam maior desempenho em Responsabilidade Social Corporativa), os resultados apontam para a não rejeição da hipótese. Esse resultado sustenta o argumento de que as partes interessadas das firmas inseridas em culturas com menor

aversão à incerteza tendem a criar elevadas expectativas quanto ao cumprimento de aspectos de RSC, dadas a maior flexibilidade e tolerância às mudanças, além de menor burocracia e regras formais presentes nesses países (García-Sánchez et al., 2016).

Além disso, admitindo que as expectativas supracitadas e as pressões sociais e ambientais em torno das atividades empresariais sofrem mudanças constantes, as organizações pertencentes a tais culturas com menor aversão à incerteza também terão maior facilidade em se readaptar e manter bons desempenhos em atividades relacionadas a RSC.

De maneira similar, na H_5 (empresas localizadas em países com maior orientação em longo prazo apresentam maior desempenho em Responsabilidade Social Corporativa) são percebidas evidências para sua não rejeição. Confirma-se, assim, que em culturas com orientação em longo prazo as expectativas das partes interessadas das empresas tendem a ser moldadas considerando a economia e o investimento, visando a retornos mais duradouros, dando atenção não só aos aspectos financeiros das firmas, mas também aos compromissos perante à sociedade e ao meio ambiente (García-Sánchez et al., 2016). Como exemplo desse cenário, pode-se citar a Coreia do Sul, país com elevada orientação em longo prazo e com aceitação da ampla missão de uma empresa para com a sociedade e demais partes interessadas, ultrapassando o objetivo de apenas gerar retornos trimestrais aos acionistas (Hofstede Insights, 2019).

Contrariamente, na H_6 (empresas localizadas em países com menor indulgência apresentam maior desempenho em Responsabilidade Social Corporativa) não foram percebidas significâncias estatísticas, indicando a rejeição da referida hipótese e impossibilitando demais inferências dessa dimensão cultural sobre o desempenho em RSC das empresas analisadas.

A não aceitação da hipótese pode ser decorrente da ausência de estudos empíricos para formulação dos

argumentos sobre o papel da cultura indulgência na RSC (Thanetsunthorn & Wuthisatian, 2018). Esse achado abre novas oportunidades para pesquisas futuras validarem o argumento, considerando ampliar o número de países investigados.

5 Considerações finais

As evidências do estudo apontam que as diferenças existentes na cultura dos países influenciam as atividades empresariais voltadas à comunidade, empregados, meio ambiente e governança, elementos que no conjunto formam o desempenho em Responsabilidade Social Corporativa utilizado no estudo. Essas diferenças foram constatadas em ao menos cinco das seis dimensões culturais propostas por Hofstede e amplamente aceitas no contexto internacional. Portanto, a cultura dos países, especialmente considerando as dimensões culturais analisadas, deve compor a agenda de pesquisa sobre os determinantes da RSC.

Mais especificamente, constatou-se que empresas pertencentes a sociedades com características culturais: i) com maior distância do poder; ii) mais individualistas; iii) menos masculinas; iv) com menor aversão à incerteza; e v) com maior orientação a longo prazo, apresentam maiores desempenhos em RSC.

Como contribuição do estudo, tem-se a clara evidência de que os fatores culturais em nível de país afetam o comportamento das empresas em relação à Responsabilidade Social Corporativa. Esse achado pode gerar *insights* para empresas que almejam expandir seus negócios para países distintos de sua origem. Diante dessas evidências, salienta-se que as empresas que desejam se legitimar com o uso da RSC devem observar e se adaptar aos fatores culturais do país. Assim, o aceite das estratégias de RSC irá depender da receptividade cultural do país.

Outra contribuição do estudo é indicar que, em uma ampla amostra de empresas e países, o desempenho em relação à Responsabilidade Social Corporativa é influenciado por fatores endógenos (a exemplo do tamanho da empresa, concentração de propriedade, internacionalização de suas atividades e do setor de atuação) e por fatores exógenos (dimensão cultural e nível de transparência do país). Essas evidências apontam para duas abordagens amplas: (i) a intenção dos gestores em atender aos valores institucionais de respeito às causas de Responsabilidade Social Corporativa; e (ii) a necessidade dos gestores em atender às partes interessadas e ao anseio das sociedades em que atuam.

A investigação contribui, ainda, com evidências empíricas alinhadas aos pressupostos da Teoria dos *Stakeholders*, sob a qual o desempenho de uma organização é avaliado, em boa parte, pela forma como trata as questões e os relacionamentos com as diversas partes interessadas. Em outras palavras, a cultura do país pode determinar se os *stakeholders* estão interessados em práticas de RSC. Entendendo esses fatores, os gestores podem contribuir com o desenvolvimento de objetivos compatíveis aos interesses dos *stakeholders*, conforme pressupostos de Donaldson e Preston (1995).

O estudo limitou-se a avaliar o impacto das dimensões culturais sobre o desempenho em RSC, composto pelas categorias da comunidade, empregados, meio ambiente e governança. As expectativas das partes interessadas da firma se relacionam com os fatores culturais e institucionais do ambiente de negócios, induzindo o nível de envolvimento em RSC.

Dessa maneira, recomenda-se a ampliação desse estudo, considerando a influência das dimensões culturais e fatores do ambiente institucional sobre as categorias específicas que compõem o desempenho em RSC analisado, buscando explicações das possíveis diferenças no comportamento empresarial.

Referências

- Acabado, D.R., Branca, A.S., Catalão Lopes, M., & Pina, J.P. (2019). Do distinct CSR categories have distinct determinants? The roles of market structure and firm size. *European Management Review*, 1-13. doi:<https://doi.org/10.1111/emre.12341>
- Barkemeyer, R., Preuss, L., & Ohana, M. (2018). Developing country firms and the challenge of corruption: Do company commitments mirror the quality of national-level institutions? *Journal of Business Research*, 90, 26-39. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.025>
- Chakrabarty, S., & Wang, L. (2012). The long-term sustenance of sustainability practices in Mncs: A dynamic capabilities perspective of the role of R&D and internationalization. *Journal of Business Ethics*, 110(2), 205-217. doi:<https://doi.org/10.1007/s10551-012-1422-3>
- Cheung, Y.L., Kong, D., Tan, W., & Wang, W. (2015). Being good when being international in an emerging economy: The case of China. *Journal of Business Ethics*,

130(4), 805-817. doi:<https://doi.org/10.1007/s10551-014-2268-7>

CSRHub (2018, setembro 20). *Sustainability management*. Recuperado de <http://www.csrhub.com>

Donaldson, T., & Preston, L.E. (1995). The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence and implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65-91. doi:<https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271992>

Gamerschlag, R., Möller, K., & Verbeeten, F. (2011). Determinants of voluntary CSR disclosure: Empirical evidence from Germany. *Review of Managerial Science*, 5(2-3), 233-262. doi:<https://doi.org/10.1007/s11846-010-0052-3>

García-Sánchez, I.M., Cuadrado-Ballesteros, B., & Frias-Aceituno, J.V. (2016). Impact of the institutional macro context on the voluntary disclosure of CSR information. *Long Range Planning*, 49(1), 15-35. doi:<https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.02.004>

Geert Hofstede (2015, fevereiro 2). *Dimension data matrix*. Recuperado de <https://geerthofstede.com/research-and-vsm/dimension-data-matrix/>

Godos-Díez, J.L., Fernández-Gago, R., Cabeza-García, L., & Martínez-Campillo, A. (2014). Determinants of CSR practices: Analysis of the influence of ownership and the management profile mediating effect. *Spanish Journal of Finance and Accounting/Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 43(1), 47-68. doi:<https://doi.org/10.1080/02102412.2014.890824>

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.

Hofstede, G. (1994). The business of international business is culture. *International Business Review*, 3(1), 1-14. doi:[https://doi.org/10.1016/0969-5931\(94\)90011-6](https://doi.org/10.1016/0969-5931(94)90011-6)

Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. Carlifornia: Sage Publications.

Hofstede, G., Hofstede, G.J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the Mind*. New York: McGraw-Hill.

Hofstede Insights (2019, fevereiro 8). *Country comparison*. Recuperado de <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/>.

Horak, S., Arya, B., & Ismail, K.M. (2018). Organizational sustainability determinants in different cultural settings: A conceptual framework. *Business Strategy and the Environment*, 27(4), 528-546. doi:<https://doi.org/10.1002/bse.2018>

Kang, K.H., Lee, S., & Yoo, C. (2016). The effect of national culture on corporate social responsibility in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(8), 1728-1758. doi:<https://doi.org/10.1108/ijchm-08-2014-0415>

Kolsi, M.C., & Attayah, O.F. (2018). Environmental policy disclosures and sustainable development: Determinants, measure and impact on firm value for ADX listed companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 807-818. doi:<https://doi.org/10.1002/csr.1496>

Kühn, A.L., Stiglbauer, M., & Fifka, M.S. (2018). Contents and determinants of corporate social responsibility website reporting in Sub-Saharan Africa: A seven-country study. *Business & Society*, 57(3), 437-480. doi:<https://doi.org/10.1177/0007650315614234>

La Porta, R., Lopez-de-Silanes, F., & Shleifer, A. (2008). The economic consequences of legal origins. *Journal of Economic Literature*, 46(2), 285-332. doi:<https://doi.org/10.1257/jel.46.2.285>

Liang, H., & Renneboog, L. (2017). On the foundations of corporate social responsibility. *The Journal of Finance*, 72(2), 853-910. doi:<https://doi.org/10.1111/jofi.12487>

Lopatta, K., Jaeschke, R., Tchikov, M., & Lodhia, S. (2017). Corruption, corporate social responsibility and financial constraints: International firm level evidence. *European Management Review*, 14(1), 47-65. doi:<https://doi.org/10.1111/emre.12098>

Pradhan, A.K., & Nibedita, B. (2019). The determinants of corporate social responsibility: Evidence from Indian firms. *Global Business Review*, 1-14. doi:<https://doi.org/10.1177/0972150918814318>

Reverte, C. (2009). Determinants of corporate social responsibility disclosure ratings by Spanish listed firms. *Journal of Business Ethics*, 88(2), 351-366. doi:<https://doi.org/10.1007/s10551-008-9968-9>

Rhou, Y., Singal, M., & Koh, Y. (2016). CSR and financial performance: The role of CSR awareness in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 57, 30-39. doi:<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2016.05.007>

Ringov, D., & Zollo, M. (2007). The impact of national culture on corporate social performance: Corporate governance. *The International Journal of Business in Society*, 7(4), 476-485. doi:<https://doi.org/10.1108/14720700710820551>

Thanetsunthorn, N., & Wuthisatian, R. (2018). Cultural configuration models: Corporate social responsibility and national culture. *Management Research Review*, 41(10), 1137-1175. doi:<https://doi.org/10.1108/MRR-08-2017-0254>

Transparência Internacional (2019, fevereiro 25). Índice de percepção da corrupção 2018. Recuperado de <https://www.ipc.transparenciainternacional.org.br/>

Wang, J., Song, L., & Yao, S. (2013). The determinants of corporate social responsibility disclosure: Evidence from China. *Journal of Applied Business Research*, 29(6), 1833-1848. doi:<https://doi.org/10.19030/jabr.v29i6.8220>

Agências de fomento:

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela concessão da bolsa de estudos.

Conflito de interesse:

Os autores não possuem conflito de interesse a declarar.

Copyright:

A RBGN detém os direitos autorais deste conteúdo publicado.

Análise de plágio:

A RBGN realiza análise de plágio em todos os seus artigos no momento da submissão e após a aprovação do manuscrito por meio da ferramenta iThenticate.

Autores:

1. Sirlene Koprowski, Mestre em Ciências Contábeis e Administração, Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó), Chapecó-SC, Brasil.
sirlene.koprowski@unochapeco.edu.br
2. Sady Mazzioni, Doutor em Ciências Contábeis e Administração, Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó), Chapecó-SC, Brasil.
sady@unochapeco.edu.br
3. Cristian Baú Dal Magro, Doutor em Ciências Contábeis e Administração, Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó), Chapecó-SC, Brasil.
crisbau@unochapeco.edu.br
4. Fabricia Silva da Rosa, Pós-Doutorado em Contabilidade, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis-SC, Brasil.
fabricia.rosa@ufsc.br.

Contribuição dos autores:

- 1º autor:** Definição do problema de pesquisa; Desenvolvimento das hipóteses ou questões de pesquisa (trabalhos empíricos); Fundamentação teórica/Revisão de literatura; Definição dos procedimentos metodológicos; Coleta de dados; Análise estatística; Análise e interpretação dos dados; Redação do manuscrito.
- 2º autor:** Definição do problema de pesquisa; Desenvolvimento das hipóteses ou questões de pesquisa (trabalhos empíricos); Fundamentação teórica/Revisão de literatura; Definição dos procedimentos metodológicos; Análise estatística; Análise e interpretação dos dados; Revisão crítica do manuscrito; Redação do manuscrito.
- 3º autor:** Definição do problema de pesquisa; Desenvolvimento das hipóteses ou questões de pesquisa (trabalhos empíricos); Fundamentação teórica/Revisão de literatura; Definição dos procedimentos metodológicos; Análise estatística; Análise e interpretação dos dados; Revisão crítica do manuscrito; Redação do manuscrito.
- 4º autor:** Definição do problema de pesquisa; Desenvolvimento das hipóteses ou questões de pesquisa (trabalhos empíricos); Fundamentação teórica/Revisão de literatura; Definição dos procedimentos metodológicos; Análise e interpretação dos dados; Revisão crítica do manuscrito.