

Influência da Cultura Nacional sobre as Práticas de RSC: Analisando as Empresas Industriais dos Países do BRICS

Alan Bandeira Pinheiro¹ , Ana Julia Batistella² , Sady Mazzioni³ , Cristian Baú Dal Magro⁴ 

¹ Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Paraná, Brasil.

^{2,3,4} Universidade Comunitária da Região de Chapecó - Unochapecó, Chapecó, Santa Catarina, Brasil.



¹alanbpinheiro@hotmail.com

²ana.batistella@unochapeco.edu.br

³sady@unochapeco.edu.br

⁴crisbau@unochapeco.edu.br

Editado por:

Moacir Manoel Rodrigues Junior

Resumo

Objetivo: A literatura que relaciona cultura nacional e práticas de RSC têm apontado resultados inconclusivos. Portanto, este estudo tem por objetivo investigar a influência da cultura nacional sobre a divulgação de Responsabilidade Social Corporativa, de empresas sediadas no Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul (BRICS).

Método: Foram investigadas 4.706 observações de 1.159 empresas, relativas ao período de 2009 a 2019. A divulgação de Responsabilidade Social Corporativa foi mensurada pela avaliação de 100 itens relacionados às questões ambientais e sociais, disponível pela Refinitiv Eikon®. Em relação à cultura nacional, utilizou-se o framework proposto por Hofstede (2011). Na análise dos dados considerou-se a regressão de dados em painel.

Resultados/discussão: Os resultados mostram que as empresas utilizam as ações de RSC para angariar o apoio dos funcionários e dos indivíduos menos poderosos. A dimensão distância ao poder influencia negativamente para que as empresas divulguem suas práticas de RSC. O individualismo no nível do país afeta positivamente a divulgação de RSC. A cultura de orientação de longo prazo implica no comportamento empresarial ao reduzir a divulgação de RSC. Por fim, a dimensão indulgência afeta positivamente a responsabilidade social, indicando que em países mais indulgentes, as empresas priorizam os aspectos financeiros em detrimento dos aspectos sociais e ambientais.

Contribuições: Esse estudo oferece novas evidências que comprovam a Teoria Institucional, ao provar que a cultura nacional é um fator que molda o comportamento ético das empresas sediadas em economias emergentes. O artigo apresenta novos resultados para o efeito das dimensões individualismo e orientação de longo prazo sobre a responsabilidade social corporativa. Estudos anteriores têm evidenciado o papel das instituições formais sobre a RSC, mas eles têm ignorado o impacto da cultura.

Palavras-chave: Cultura Nacional; Responsabilidade Social Corporativa; Sustentabilidade; Análise Institucional; Teoria Institucional.

Como Citar:

Pinheiro, A. B., Batistella, A. J., Mazzioni, S., & Baú Dal Magro, C. (2024). Influência da Cultura Nacional sobre as Práticas de RSC: Analisando as Empresas Industriais dos Países do BRICS. *Advances in Scientific and Applied Accounting*, 17(1), 246–259/260. <https://doi.org/10.14392/asaa.2024170110>

Submetido em: 13 de Agosto de 2022

Revisões Requeridas em: 30 de Dezembro de 2023

Aceito em: 11 de Janeiro de 2024

Introdução

A proteção dos recursos naturais é um desafio global e o debate sobre o papel das empresas no desenvolvimento sustentável tem sido amplificado, especialmente porque as organizações mobilizam quantidade significativa de recursos ambientais, afetam as comunidades em volta de suas instalações e favorecem as mudanças climáticas ao lançar, sem restrições, gases do efeito estufa na atmosfera (Hartmann & Uhlenbruck, 2015). Diante desse cenário, as pesquisas científicas têm analisado como os fatores organizacionais (por exemplo, desempenho financeiro e características das firmas) podem interferir na Responsabilidade Social Corporativa (daqui para frente, RSC) (Branco & Rodrigues, 2006; Cabeza-García et al., 2018; Zubeltzu-Jaka et al., 2018).

Para além dessas pesquisas, com abordagem centrada nos fatores organizacionais, outros estudos prévios evidenciam, à luz da Teoria Institucional, que certas características dos países podem afetar a RSC. Hartmann e Uhlenbruck (2015) investigaram como as características em nível de país influenciam a divulgação ambiental. Os achados demonstraram que em países com maior liberdade econômica é mais provável que as empresas tenham maior desempenho ambiental. As economias que deixam o mercado mais livre, estão mais disponíveis a ter uma melhor relação entre as firmas e seus stakeholders, além disso, as empresas são mais receptivas para implementar novas tecnologias e conceitos, como a RSC (Ioannou & Serafeim, 2012; Pinheiro, Sampaio, Guimarães & Rebouças, 2021; Rosati & Faria, 2019). Apesar de ter uma quantidade significativa de estudos que analisam a relação entre cultura nacional e divulgação ambiental, poucas evidências investigam como a cultura nacional molda a responsabilidade social corporativa como um todo, ou seja, incluindo suas dimensões ambiental e social (Tolmie, Lehnert & Zhao, 2020).

O estudo de Ortas, Gallego-Álvarez e Álvarez (2019) analisou o efeito das instituições nacionais sobre as informações ambientais, sociais e de governança (ESG, sigla em inglês). Os resultados mostraram que em Estados bem regulamentados e com alto nível educacional, as empresas possuem maior divulgação de informações não financeiras. Isso acontece porque Estados fortes têm regulamentos que pressionam as empresas a atenderem as demandas de todos os stakeholders. Ademais, em países com um melhor sistema educacional, as pessoas têm maior consciência ambiental e é mais provável que levem suas crenças pessoais para as firmas, investindo em práticas de RSC, a exemplo da qualidade de vida para os colaboradores, diversidade e inclusão das minorias. Assim como o estudo de Ortas, Gallego-Álvarez e Álvarez (2019), a maioria dos estudos foca no poder que as instituições formais têm sobre a RSC. Assim, as estruturas informais, como a cultura, precisam também ser endereçadas nos estudos sobre responsabilidade social (Pinheiro et al., 2022).

Nesse sentido, Pucheta-Martínez e Gallego-Álvarez (2020) examinaram como as diferenças na cultura nacional afetam a divulgação ambiental. Nesse estudo, os autores evidenciaram que as instituições informais (a cultura do país) podem afetar o comportamento ético das empresas. Apesar de ser um estudo que apresenta o debate da relação entre instituições informais e divulgação ambiental, algumas lacunas de pesquisa ainda persistem. Pesquisas que analisam uma grande amostra de empresas internacionais não investigam a RSC em um grupo específico de países e estudos sobre ambiente institucional não tem incluído empresas de países emergentes Wasiuzzaman, Ibrahim e Kawi (2022). Além disso, é necessário que pesquisas analisem a RSC por meio de suas duas dimensões: divulgação ambiental e social.

Mediante as lacunas de pesquisas prévias, esse estudo tem por objetivo investigar a influência da cultura nacional sobre a divulgação de RSC de empresas sediadas nos BRICS (acrônimo para o grupo de países emergentes, formado por Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul). Para alcançar esse objetivo, o estudo analisou a divulgação de RSC em 1159 empresas sediadas no BRICS, de 2009 a 2019. Para analisar a cultura nacional, foi escolhido o framework proposto por Hofstede (2011), no qual mede a cultura por meio de seis fatores: distância ao poder, individualismo, masculinidade, aversão à incerteza, orientação de longo prazo e indulgência.

Os resultados comprovaram que o comportamento ambiental e social das firmas é afetado pela cultura nacional, corroborando o estudo de Whitley (1998). Os achados desta pesquisa comprovam os pressupostos da Teoria Institucional, ao confirmar que o ambiente nacional pode afetar o comportamento organizacional. Adicionalmente, o artigo apresenta uma análise multinível dos determinantes da RSC. No nível macro, foi analisada a cultura nacional, no nível meso, analisou-se o setor da indústria e no nível micro, foi examinado o desempenho financeiro da firma. Ademais, os resultados são aplicados em economias com grande potencial econômico, porém ainda com poucas abordagens empíricas.

O estudo apresenta contribuições práticas. Aos gestores, é útil entender como funciona a cultura nacional e quais características demandam maior investimento em transparência ambiental e social. Aos formuladores de políticas, torna-se relevante reforçar certos aspectos da cultura, para estimular as empresas no caminho da maior divulgação de RSC.

2 Background Teórico

A Teoria Institucional oferece subsídios para explicar a ação individual e organizacional (Dacin, Goodstein & Scott, 2002). Essa teoria entende que o comportamento

social é constituído por padrões desenvolvidos por meio das interações humanas, integrado em normas e regulamentos organizacionais, com o objetivo de obter legitimidade (Moll, Burns & Major, 2006).

De acordo com a Teoria Institucional, as instituições representam restrições às opções que as pessoas são obrigadas a exercer, coletivamente ou individualmente. Essas restrições determinam limites à racionalidade humana, reduzindo alternativas e oportunidades, e impulsionando a ocorrência de comportamentos já definidos anteriormente (Barley & Tolbet, 1997).

Embora a institucionalização possa ser compreendida como um processo pelo qual os indivíduos habitam no que é definido socialmente como real, maior grau de institucionalização pode possibilitar maior padronização e aceitação dos entendimentos culturais e maior resistência à mudança por influência pessoal (Zucker, 1977).

A Teoria Institucional tem como base os hábitos de um grupo de pessoas, por exemplo: a formação das instituições se estrutura por meio de rotinas e as rotinas dependem de hábitos que dão sentido ao grupo de pessoas e assim, se torna aceita e inquestionável (Guerreiro, Frezatti & Casado, 2006). Em outras palavras, os hábitos representam o engajamento produzido por meio de ações anteriormente adotadas, que conseqüentemente se transformam em rotinas, as quais moldam as instituições.

Conforme proposto por Brammer, Jackson e Matten (2012), o interesse pela Teoria Institucional principalmente em pesquisas na área de administração tem aumentado e influenciado a sua adoção nos estudos sobre RSC, isso ocorre justamente pelos privilégios que o olhar desta teoria pode trazer. De acordo com Pinheiro et al. (2022), a Teoria Institucional evidencia que as instituições nacionais, como a política e a cultura podem afetar o nível das empresas.

Diante disso, a aplicação da Contabilidade Gerencial, através da RSC, pode ser entendida pela Teoria Institucional e que os conceitos propostos por essa teoria (hábitos e rotinas) possuem suas bases conceituais na dimensão sociológica de cultura organizacional e da psicologia humana. Essa relação permite identificar que as características nacionais são fatores determinantes para que as empresas adotam um comportamento mais ético (Guerreiro, Frezatti & Casado, 2006).

Pachón e Campbell (2007) e Pinheiro, Silva Filho e Moreira (2021) ressaltam que ainda existe uma boa parte da literatura sobre RSC que não explora temáticas relacionadas a identificar se fatores institucionais interferem na adoção de práticas socialmente responsáveis pelas organizações. Percebe-se que o foco das pesquisas, em geral, está atrelado ao desempenho financeiro das empresas. Além disso, é raro identificar

estudos que falam sobre como a regulação estatal afeta o comportamento socialmente responsável ou como organizações normativas e culturais impactam ações de RSC (Silva, Azevedo & Castro Junior, 2018).

O impacto dos aspectos institucionais nas organizações já recebe atenção de estudos há bastante tempo (Meyer & Rowan, 1977; Scott, 1987). Estudos como de Lin e Sheu (2012) e Glover et. al (2014) acabam por estabelecer que as instituições são capazes de influenciar os comportamentos e ações desenvolvidas nas empresas. Dessa forma, essas instituições nacionais também influenciam a implantação da RSC e o pensamento voltado à sustentabilidade.

As empresas assumem um caráter reativo em diferentes contextos nacionais com o objetivo de melhor se adaptar, buscando manter a integridade ou continuidade do sistema e de sua existência (Selznick, 2011). Nesse sentido, as organizações buscam adaptar suas estruturas às características nacionais, a fim de obter legitimidade e aceitação social (Machado da Silva et al., 2000).

A partir desse determinismo ambiental, surgem homogeneidades nas formas organizacionais (Carvalho, Vieira & Goulart, 2005), tendo em vista que o aspecto regulatório é um elemento intrínseco da identidade cultural, influenciando o comportamento das organizações (Machado da Silva et al., 2000).

Para tanto, nota-se que os estudos desenvolvidos até então, consideram diretamente o papel das instituições formais e seus reflexos nas organizações. Nesse estudo, os autores utilizam tanto instituições formais quanto informais para elucidar, por exemplo, a influência da adoção das práticas de RSC pelas instituições e como estas estimulam o comportamento responsável. Além disso, são apresentadas evidências empíricas para países emergentes que compõem o grupo dos BRICS.

3 Desenvolvimento de hipóteses

O comprometimento das empresas com a RSC tem como princípio básico a transparência, de modo que a divulgação de informações de sustentabilidade quando elaboradas usando os padrões aceitos, se transforma em um instrumento de medição, comunicação e entrega de informações frente aos grupos importantes de interesse.

As particularidades que definem as instituições de cada país são inúmeras e podem ser objeto de diferentes classificações. Ao tratar sobre as questões que motivam as empresas a se comportarem de forma responsável e voluntária, ressalta-se a pressão exercida pelos stakeholders (Soschinski, Brandt & Klann, 2019). North (1990) classificou as instituições em informais (costumes, tradições, crenças) e formais (leis, constituições, regulamentos). Assim, analisar a existência da relação

entre a RSC e as instituições formais e informais estabelece um elemento central para compreender a diversidade e a dinâmica na adoção dessas práticas socialmente responsáveis entre países (Brammer, Jackson & Matten, 2012).

Essa pesquisa objetiva analisar os fatores externos que influenciam na RSC das organizações, caracterizados como fatores culturais. Para elucidar a diversidade cultural dos países, baseado em estudos desenvolvidos na década de 80, Hofstede (2011) apresentou seis dimensões culturais, apontando que os valores culturais impactam o comportamento do cotidiano das pessoas, e, por consequência, afeta o comportamento das empresas.

Os países podem ser hierarquicamente ordenados por meio das seis dimensões de cultura nacional identificadas como: distância do poder, individualismo, aversão à incerteza, masculinidade, orientação a longo prazo e indulgência (Hofstede, 1983, 2011).

Com base na suposição teórica de Hofstede (1983), Gray (1988) construiu quatro constructos teóricos que seriam capazes de indicar as diferenças entre as práticas contábeis de cada país, de acordo com suas dimensões culturais. No entanto, Gray (1988) não testou as hipóteses propostas, o que permite uma oportunidade de investigação da influência individual de cada uma das dimensões culturais dos países, nas práticas de RSC divulgadas pelas empresas sediadas em mercados emergentes.

Em uma sociedade altamente hierárquica, a distribuição do poder ocorre de forma desigual e os indivíduos do alto escalão não são desafiados (Batistella et al., 2021). Nesse tipo de sociedade, os gestores e acionistas estão no topo da pirâmide hierárquica, enquanto os demais stakeholders estão na base (Siegel, Licht & Schwartz, 2011). Em países com menor distância do poder permeia na sociedade um maior senso de igualdade. Nesses países, as pessoas são socializadas para absorver o compromisso de cooperação e preocupação com o bem-estar de todos (Siegel et al., 2011).

Conforme proposto por Ringov e Zollo (2007), a distância do poder geralmente se relaciona de forma negativa com as práticas de RSC. As ações ambientais e sociais devem ser discutidas de forma aberta entre a sociedade e demais interessados quando inseridas em uma sociedade de baixa distância do poder. Porém, nas sociedades altamente hierárquicas, a participação das demais partes ocorre de forma reduzida e desigual, diminuindo as possibilidades de a organização desenvolver ações voltadas para a sociedade e stakeholders em geral.

Ho, Wang e Vitell (2012) entendem que sociedades com maior distância do poder tendem a conviver e aceitar as desigualdades como algo natural, ou seja, um privilégio

que é normal ser oferecido aos líderes e superiores. Diante disso, os autores entendem que países que têm maior propensão a tolerar as desigualdades, as empresas tendem a ter um menor cuidado com as práticas de RSC.

Todavia, nem todos os resultados encontrados estão alinhados com a teoria. Enquanto o estudo de Ho, Wang e Vitell (2012) evidenciou uma relação positiva entre distância do poder e RSC, as pesquisas de Ringov e Zollo (2007), Oriij (2010), Gállen e Peraita (2018) e Wasiuzzaman, Ibrahim e Kawi (2022) observaram relação negativa. Verifica-se, pois, que não existe um consenso na literatura. No entanto, os autores defendem que para o contexto do grupo de países BRICS:

H1: Firms baseadas em culturas com maior distância ao poder divulgam menos informações de RSC.

Na cultura de individualismo as empresas estão mais propensas a proteger apenas o bem-estar dos acionistas (Doupnik, 2008), o que pode interferir na divulgação de RSC. Em conformidade com as previsões de Gray, Salter e Niswander (1995), o estudo de Pucheta-Martínez & Gallego-Álvarez (2020) identificou que o sigilo está negativamente relacionado com individualismo, inferindo que a divulgação de RSC não é priorizada.

Organizações inseridas em sociedades altamente individualistas estão menos propensas a promover ações voltadas ao impacto ambiental de seus negócios, a não ser que isso faça parte de seus interesses próprios (Ringov & Zollo, 2007). Enquanto isso, empresas inseridas em países com cultura coletivista tendem a apresentar maior engajamento com ações de RSC em países desenvolvidos (García-Sánchez et al., 2016). Empresas localizadas em países mais coletivistas tendem a se preocupar mais com os outros e com os danos causados pelos seus atos à sociedade (García-Sánchez et al., 2016; Soschinski et al., 2021). Diante disso, sugere-se a seguinte hipótese:

H2: Firms baseadas em culturas mais individualistas divulgam menos informações de RSC.

Em estudos que examinaram o impacto da cultura na divulgação de informações do Global Reporting Initiative (GRI), Prado, Garcia e Blásquez (2013) e García-Sánchez, Cuadrado-Ballesteros e Frias-Aceituno (2015) constataram que o individualismo e a masculinidade se relacionam negativamente com a divulgação de informações de sustentabilidade.

Sociedades masculinas possuem características fortes como: competitividade, assertividade, poder, sucesso, recompensas materiais e realização individual (Ho et al., 2012; Hofstede, 1980). Nessas sociedades, o mais importante é vencer (Hofstede Insights, 2019). Em contraste, nas sociedades mais femininas prevalecem características como: cooperação, qualidade de vida,

apoio às outras pessoas e relações sociais (Ho et al., 2012; Hofstede, 1980). Além disso, Cornacchione e Reginato (2021) ressaltam que as culturas mais autoritárias impõem uma abordagem de cima para baixo o que direciona o efeito negativo entre essas características e RSC.

Estudos anteriores apontam para o efeito negativo entre masculinidade e RSC (García-Sánchez et al., 2016; Thanetsunthorn & Wuthisatian, 2018; Koprowski et al., 2021). Neste contexto, entende-se que em países com cultura mais masculina, as empresas buscam investir em atividades que alcancem o sucesso econômico em detrimento das questões ambientais (Thanetsunthorn & Wuthisatian, 2018). Portanto, têm-se a seguinte hipótese de pesquisa:

H3: Firms baseadas em culturas mais masculinas divulgam menos informações de RSC.

A dimensão cultural de aversão à incerteza relaciona-se com o índice de tolerância de uma sociedade diante das incertezas (Ho et al., 2012; Ringov & Zollo, 2007). Indivíduos pertencentes às sociedades com alta aversão à incerteza sentem-se desconfortáveis com mudanças no cotidiano. Por isso, eles encontram nas leis uma forma de se proteger em busca de amenizar as incertezas (Hofstede, 1980). Em contrapartida, os indivíduos que estão inseridos em países com menor aversão à incerteza são mais flexíveis e se adaptam a situações de mudança com tranquilidade.

Evidências de pesquisas prévias indicam que culturas com menor aversão à incerteza têm maior propensão ao envolvimento em questões de RSC (García-Sánchez et al., 2016; Thanetsunthorn & Wuthisatian, 2018). Zarzeski (1996) encontrou que a divulgação voluntária de informações financeiras se relaciona negativamente com a aversão à incerteza, ou seja, países com altos índices de aversão à incerteza tem preferência pelo sigilo e diante disso divulgam menos informações de sustentabilidade. As economias emergentes, como os países do BRICS, têm uma maior aversão à incerteza e com isso suas empresas são menos inovadoras em termos de divulgação de RSC. Portanto, considera-se a seguinte hipótese:

H4: Firms baseadas em culturas com maior aversão à incerteza divulgam menos informações de RSC.

As sociedades com orientação no curto prazo são estimuladas a obter lucro imediato, ou seja, valorizando o retorno financeiro imediato (Hofstede, 2011). Wronski e Klann (2020) alegam que em uma sociedade com a cultura voltada para orientação de curto prazo, as respostas consideradas mais relevantes são aquelas evidenciadas no curto prazo. Esses fatores incentivam a baixa divulgação de RSC, haja vista que esse processo demanda tempo, atenção e dedicação.

A orientação em longo prazo representa o quanto uma sociedade apresenta perspectivas voltadas para o futuro, enquanto uma sociedade orientada em curto prazo tende a manter respeito pela tradição e cumprimento das obrigações sociais, sempre dando prioridade aos resultados imediatos e buscando a felicidade no presente (Halkos & Skouloudis, 2017; Hofstede & Minkov, 2010; Thanetsunthorn & Wuthisatian, 2018).

Estudos como os de García-Sánchez et al. (2016) e Halkos & Skouloudis (2017) vem ressaltando o potencial de sociedades com maior orientação a longo prazo aumentam o envolvimento das empresas em questões de RSC. Afinal, entende-se que em países com maior orientação em longo prazo as organizações possuem um objetivo maior do que somente gerar retornos técnicos e relatórios trimestrais (Hofstede Insights, 2019). Consequentemente, as exigências dos stakeholders em contextos desenvolvidos tendem a pressionar as empresas não apenas por relatórios financeiros, mas também por engajamento social e ambiental (García-Sánchez et al., 2016). Têm-se, portanto, a seguinte hipótese:

H5: Firms baseadas em culturas mais orientadas para o futuro divulgam mais informações de RSC.

Nas sociedades com cultura de indulgência, estimula-se comportamentos de liberdade, enquanto uma sociedade com cultura de repressão o comportamento acaba sendo baseado em regulamentos (Hofstede, 2011). Na prática, para promover ações de RSC, entende-se que é necessário que a empresa desenvolva ações para além da divulgação tradicional de relatórios financeiros.

Indivíduos inseridos em sociedades indulgentes buscam a felicidade e o bem-estar (Hofstede & Minkov, 2010). Desse modo, empresas inseridas em culturas mais indulgentes podem apoiar o bem-estar tanto de seus funcionários, quanto de seus demais stakeholders, como acionistas e comunidade, investindo mais recursos em práticas de RSC.

Os estudos relacionados com a dimensão cultural de indulgência ainda são raros, portanto, são poucas as inferências observadas. No entanto, o estudo de Thanetsunthorn e Wuthisatian (2018) apresenta resultados importantes, inferindo que indivíduos de países mais indulgentes tendem a ter menor atenção aos fatores disciplinares e por conta disso podem impactar negativamente na tomada de decisões dos gestores quanto às questões de RSC. Por outro lado, o estudo de Pinheiro, Oliveira e Lozano (2023) encontraram que em sociedades indulgentes, as empresas têm maior divulgação ambiental. Como em culturas mais indulgentes, a sociedade tem menor atenção aos fatores disciplinares (Thanetsunthorn & Wuthisatian, 2018), as empresas podem ter uma maior liberdade para divulgar

informações de RSC por diferentes meios e não apenas focar nos relatórios financeiros tradicionais. Portanto, testa-se a seguinte hipótese.

H6: Firms baseadas em culturas mais indulgentes divulgam mais informações de RSC.

4 Procedimentos Metodológicos

A amostra inicial consiste em todas as empresas sediadas no Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul com perfil disponível na base de dados Refinitiv Eikon®, relativas ao período de 2009 a 2019. No entanto, para compor a amostra final, as empresas que não apresentavam informações de RSC, nem informações financeiras foram excluídas. Assim, o painel final da amostra é desbalanceado e apresenta 1.156 empresas, como mostrado na Tabela 1.

Tabela 1. Distribuição da amostra por setor e país

Setor da indústria	Brasil	Rússia	Índia	China	África do Sul	Total
Serviços de comunicação	4	4	8	34	4	54
Consumo discricionário	27	2	20	93	20	162
Consumo básico	14	2	12	59	15	102
Energia	5	10	8	31	2	56
Serviços financeiros	14	6	34	42	19	115
Assistência médica	6	0	13	71	4	94
Industrial	16	1	19	118	20	174
Tecnologia da	5	0	9	75	4	93
Informação Material básico	11	11	22	85	23	152
Imóveis	5	1	7	64	14	91
Utilidades	16	7	10	30	0	63
Total	123	44	162	702	125	1156

Fonte: Elaborado pelos autores

A amostra final de empresas internacionais opera dentro de cinco países e de onze setores da indústria. O país com maior número de empresas é a China, representando 60,72% da amostra. Por outro lado, o país com menor representação é a Rússia com 3,80% de participação. Os setores com a maior representação são industriais, consumo discricionário e material básico com 15,05%, 14,01% e 13,14%, respectivamente. Em contrapartida, o setor com a menor representação é o de serviços de comunicação com 4,67%.

A variável dependente do estudo é a divulgação de Responsabilidade Social Corporativa (CSRSCORE), medida através da soma de 100 itens relacionados às questões ambientais e sociais. Dessa forma, a empresa

que divulga todas as questões, recebe uma pontuação de 100, ou seja, a pontuação máxima atribuída pela Refinitiv Eikon®.

As variáveis independentes do estudo são as características da cultura nacional do framework de Hofstede (1983). Esse autor define que a cultura de um país pode ser medida por seis dimensões: distância ao poder, individualismo, masculinidade, aversão à incerteza, orientação de longo prazo e indulgências. Na seção de hipóteses, as seis dimensões culturais foram explicadas e apresentados os trabalhos empíricos relacionados a cada uma delas. De acordo com a Tabela 2, cada dimensão apresenta um valor número, variando de 0 a 100.

Tabela 2. Descrição das variáveis do estudo

Variáveis	Descrição	Fonte
CSRSCORE	Divulgação de RSC: É a soma de 100 itens relacionados às questões ambientais e sociais e varia de 0 (menor divulgação) a 100 (maior divulgação)	Refinitiv Eikon database
POWDIS	Distância ao poder é uma das seis dimensões culturais e varia de 0 (menor distância ao poder) a 100 (maior distância ao poder)	Hofstede (1983)
INDIV	Individualismo é uma das seis dimensões culturais e varia de 0 (culturas menos individualistas) a 100 (culturas mais individualistas)	Hofstede (1983)
MASCUL	Masculinidade é uma das seis dimensões culturais e varia de 0 (culturas menos competitivas) a 100 (culturas mais competitivas)	Hofstede (1983)
UNCAVO	Aversão à incerteza é uma das seis dimensões culturais e varia de 0 (menor aversão à incerteza) a 100 (maior aversão à incerteza)	Hofstede (1983)
LONORIE	Orientação de longo prazo é uma das seis dimensões culturais e varia de 0 (menor orientação de longo prazo) a 100 (maior orientação de longo prazo)	Hofstede (1983)
INDULG	Indulgência é uma das seis dimensões culturais e varia de 0 (culturas menos indulgentes) a 100 (culturas mais indulgentes)	Hofstede (1983)
PROFIT	Lucratividade: É a razão entre o lucro líquido e a receita total	Refinitiv Eikon database
MARKCAP	Market Capitalization: refere-se ao valor total de mercado em dólares das ações em circulação de uma empresa.	Refinitiv Eikon database
ROE	Retorno sobre Patrimônio Líquido: É a razão entre o lucro líquido e o patrimônio líquido	Refinitiv Eikon database
IMPACTINDUS	Impacto da indústria: 1 = se a empresa pertence a um setor ambientalmente sensível: energia, materiais e utilidade; 0 = se não	Refinitiv Eikon database
GOVEFE	Eficácia do Governo: Reflete as percepções da qualidade dos serviços públicos, a qualidade da formulação e implementação de políticas e a credibilidade do compromisso do governo com tais políticas, variando de -2,5 (governança fraca) a +2,5 (governança forte).	Worldwide Governance Indicators, Banco Mundial

Fonte: Elaborado pelos autores.

Além das variáveis independentes, esse estudo empregou cinco variáveis de controle no nível da firma: lucratividade, capitalização de mercado da empresa, retorno sobre o patrimônio líquido, impacto da indústria e eficácia do governo. As três primeiras variáveis foram operacionalizadas em logaritmo, para evitar a colinearidade, já que é esperado que essas variáveis se correlacionem. Essas variáveis de controle foram empregadas em estudos prévios (Halkos & Skouloudis, 2017; Pucheta-Martínez & Gallego-Álvarez, 2020; Thanetsunthorn & Wuthisatian, 2018).

Firmas que lidam diretamente com o meio ambiente sofrem maior pressão dos stakeholders para a divulgação ambiental e social, fator captado pela variável impacto da indústria. Por isso, setores como energia, materiais e utilidade recebem 1 e os demais setores 0, conforme Pinheiro et al (2023). O efeito do país foi controlado pela variável eficácia do governo extraída da base de dados do Banco Mundial.

Para testar as hipóteses de pesquisa, o seguinte modelo foi operacionalizado no software STATA®, versão 13.

$$CSRSCORE_{it} = \beta_0 + \beta_1 POWDIS_{it} + \beta_2 INDIV_{it} + \beta_3 MASCUL_{it} + \beta_4 UNCAVO_{it} + \beta_5 LONORIE_{it} + \beta_6 INDULG_{it} + \beta_7 PROFIT_{it} + \beta_8 MARKCAP_{it} + \beta_9 ROE_{it} + \beta_{10} IMPACTINDUS_{it} + \beta_{11} GOVEFE_{it} + \mu_i + \epsilon_{it}$$

Após a estatística descritiva e o teste de correlação de Pearson, foi operacionalizada a regressão de dados em painel, a fim de analisar o efeito da cultura nacional sobre a divulgação de RSC. Para evitar que as regressões apresentassem colinearidade e mapear individualmente a relação entre variável dependente e variável independente, cada variável cultural foi selecionada por vez. O VIF médio foi calculado em cada regressão, para evitar a colinearidade. O teste de Breush-Pagan mediu a heterocedasticidade e a regressão GMM (Generalised Method of Moments) foi operacionalizada após cada regressão, para medir a endogeneidade, constatando que nenhum dos regressores são endógenos. Para a escolha do efeito fixo ou aleatório nos modelos, foi operacionalizado o teste de Hausman.

5 Análise dos Resultados

5.1 Análise descritiva e bivariada de dados

A Tabela 3 resume as estatísticas descritivas de todas as variáveis analisadas. A variável dependente (Responsabilidade Social Corporativa)

apresenta média de 43.24. Os dados revelam que existem empresas na amostra que não divulgaram nenhuma informação social e ambiental, enquanto a empresa que mais divulgou informações de RSC obteve uma pontuação de 98.28.

Em relação às variáveis independentes (cultura nacional dos países), a distância do poder tem média de 73.07, o individualismo tem média de 36.90, a masculinidade tem média de 59.34, a aversão à incerteza tem média de 45.98, a orientação de longo prazo tem média de 64.49 e a indulgência tem média de 36.22. Os indícios revelam que a distância do poder tem sido a cultura nacional que prevalece nos países analisados.

Além disso, os lucros sobre a receita total têm média de 9.43, a capitalização de mercado da empresa tem média de 10.15 e o retorno sobre patrimônio líquido tem média de 0.12. Os dados revelam que apenas 26.70% das empresas pertencem a setores ambientalmente sensíveis.

Tabela 3. Estatística Descritiva

Variável	Observações	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
CSRSCORE	5868	43.24	29.87	0.00	98.28
POWDIS	5868	73.07	12.54	49.00	93.00
INDIV	5868	36.90	17.04	20.00	65.00
MASCUL	5868	59.34	8.60	36.00	66.00
UNCAVO	5868	45.98	20.06	30.00	95.00
LONORIE	5868	64.49	22.35	34.00	87.00
INDULG	5868	36.22	17.47	20.00	63.00
PROFIT	4795	9.43	0.64	5.71	11.59
MARKCAP	5835	10.15	0.63	6.85	12.36
ROE	5200	0.12	1.61	-47.06	89.07
IMPACTINDUS	5868	0.26	0.44	0.00	1.00
GOVEFE	5868	0.05	0.22	-0.06	0.56

Fonte: Dados da pesquisa.

A Tabela 4 apresenta a matriz de correlação das variáveis estudadas. As empresas localizadas em países com cultura mais individualista, com maior aversão à incerteza e mais indulgentes estão associadas a maiores níveis de divulgação de impactos ambientais e sociais. Por outro lado, as empresas localizadas em países com maior distância ao poder, masculinidade e cultura de orientação para longo prazo estão associadas negativamente com a divulgação de impactos ambientais e sociais. Além disso, as empresas com maior lucratividade e capitalização de mercado estão associadas positivamente com a divulgação de impactos ambientais e sociais.

Tabela 4. Matriz de Correlação

Variáveis	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.Csrscore	1.00										
2.Powdis	-0.09***	1.00									
3.Indiv	0.13***	-0.77***	1.00								
4.Mascul	-0.07***	-0.21***	-0.28***	1.00							
5.Uncavo	0.09***	-0.08***	0.39***	-0.92***	1.00						
6.Lonorie	-0.13***	0.81***	-0.92***	0.30***	-0.43***	1.00					
7.Indulg	0.10***	-0.89***	0.70***	-0.14***	0.45***	-0.84***	1.00				
8.Logprofit	0.28***	0.35***	-0.19***	-0.16***	0.05***	0.27***	-0.30***	1.00			
9.Logmarkcap	0.20***	0.39***	-0.35***	0.02*	-0.14***	0.35***	-0.37***	0.77***	1.00		
10.Roe	0.01	0.02	0.00	-0.03*	0.03	0.01	-0.01	0.02*	0.05***	1.00	
11.Impactindus	0.06***	0.09***	0.02**	-0.24***	0.22***	-0.00	-0.01	0.14***	0.01	0.02	1.00
12.Govefe	-0.13***	-0.24***	-0.08***	0.74***	-0.66***	0.15***	-0.05***	-0.20***	-0.08***	-0.03**	-0.17***

Nota: ***p < 0.01. **p < 0.05 *p < 0.10

Fonte: Elaborado pelos autores.

Adicionalmente, a variável que mede o retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) não apresentou relação significativa com a variável dependente. Os resultados também mostram que indústrias quem operam em setores ambientalmente sensíveis apresentam uma relação positiva com a divulgação de RSC. Por fim, a eficácia do governo tem uma relação negativa com a divulgação de RSC.

De modo geral, a partir da matriz de correlação, infere-se que empresas que têm maior porte tendem a ter uma maior

responsabilidade social com seus stakeholders. Além disso, empresas que operam em setores ambientalmente sensíveis apresentam uma responsabilidade social superior.

5.2 Análise multivariada de dados e discussão

Na Tabela 5, são apresentados os achados para os seis modelos construídos para medir a influência da cultura nacional sobre a divulgação de RSC. Os modelos avaliam individualmente cada uma das dimensões culturais.

Tabela 5. Modelos de regressão dados em painel entre RSC e cultura nacional

Var. explicativas	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4	Modelo 5	Modelo 6
POWDIS	-0.67***					
INDIV		0.43***				
MASCUL			0.03			
UNCAVO				0.14***		
LONORIE					-0.34***	
INDULG						0.40***
PROFIT	15.36***	13.43***	15.00***	14.37***	14.51***	15.42***
MARKCAP	0.34	1.04	-4.58***	-3.19***	0.32	-0.51
ROE	-0.05	-0.09	-0.05	-0.06	0.00	-0.02
IMPACTINDUY	1.81**	1.01	1.62*	1.04	1.79**	1.64*
GOVEFE	-17.75***	-4.97**	-11.45***	-0.65	-1.82	-6.49**
Observações	5868	5868	5868	5868	5868	5868
R ² ajustado	0.5081	0.055	0.6231	0.0679	0.1258	0.3281
Estatística F	125.63***	117.46***	68.30***	71.77***	119.90***	110.12***
VIF Médio	1.62	1.63	1.98	1.87	1.62	1.61
Breusch-Pagan Test	248.66	258.63	91.48	96.81	267.26	194.33
Endogeneidade (GMM)	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Controle por ano	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Efeito	Fixo	Fixo	Fixo	Fixo	Fixo	Fixo

Nota 1: ***p<0.01. **p<0.05. *p<0.10.

Nota 2: POWDIS: Distância ao poder; INDIV: Individualismo; MASCUL: Masculinidade; UNCAVO: Aversão à incerteza; LONORIE: Orientação de longo prazo; INDULG: Indulgência; PROFIT: Lucros; MARKCAP: Capitalização de mercado; ROE: Retorno sobre o patrimônio líquido; IMPACTINDUY: Impacto da indústria; GOVEFE: Eficácia do governo.

De acordo com o Modelo 1, os resultados demonstram que a distância ao poder tem um efeito negativo sobre a divulgação de informações sociais e ambientais. Esse resultado confirma a hipótese 1, para a qual foi previsto que em culturas com maior distância ao poder, as firmas possuem uma menor RSC. O estudo de Wasiuzzaman, Ibrahim e Kawi (2022) encontrou que em países com maior distância ao poder, as empresas têm uma menor desempenho ESG.

No Modelo 2, os achados mostram que a cultura mais individualista afeta positivamente a divulgação de RSC. Assim, as firmas que estão localizadas em culturas mais individualistas possuem maior engajamento com as questões sociais e ambientais, realizando uma divulgação mais completa, refutando a hipótese 2 da pesquisa. O resultado diverge de Ringov e Zollo (2007), García-Sánchez et al. (2016), Ho et al. (2012) e Kang, Lee e Yoo (2016). Estes achados trazem novidade para a relação entre cultura individualista e práticas de RSC, indicando que em países emergentes, o individualismo pode servir como um antecedente para as empresas terem um maior nível de inovação social e ambiental.

No Modelo 3, a cultura mais masculina demonstrou ter efeito positivo e não significativo sobre a divulgação de RSC, refutando a hipótese 3. No entanto, quando foi operacionalizado o Modelo 9 (excluindo as empresas chinesas), essa variável apresentou um efeito positivo. Na prática, as empresas localizadas em países com caráter mais competitivo reportam a RSC de maneira mais detalhada aos stakeholders, contrariando os estudos de García-Sánchez et al. (2016) e Thanetsunthorn & Wuthisatian (2018), que promoviam ênfase na competitividade e realizações individuais promovidas pela cultura masculina. Este resultado pode ser explicado pela valorização dos clientes por empresas que desenvolvem ações sociais e ambientais. A RSC utilizada de maneira assertiva traz visibilidade às empresas, gerando resultados econômico e financeiro (Batistella et al., 2020).

No Modelo 4, os resultados mostram que a aversão à incerteza afeta positivamente a divulgação de RSC, rejeitando a hipótese 4. Os achados contradizem o que já foi proposto anteriormente pelos autores García-Sánchez et al. (2016) e Thanetsunthorn & Wuthisatian (2018) de que as empresas localizadas em países com cultura de maior aversão à incerteza apresentam dificuldades em promover mudanças no seu ambiente. Além disso, os autores Pucheta-Martínez e Gallego-Álvarez (2020) ressaltam que empresas localizadas em um ambiente cultural que valoriza a inovação (menor aversão), tendem a ter maior RSC, apresentando uma maior qualidade no seu relatório ambiental.

A contradição nos resultados pode ser explicada pelo fato de que em países com aversão maior, as regras e ordem são preferidas e diante disso a divulgação pode ser feita com maior cuidado, visando atender aos pressupostos ambientais e transmitindo assim maior confiança aos stakeholders. Cortinhas (2013) ressalta que a elaboração e auditoria dos relatórios de sustentabilidade é geralmente facultativa, mas sua elaboração aumentou gradativamente nos últimos anos. Portanto, é plausível que nos países com maior aversão à incerteza, as empresas tenham incorporado a divulgação de RSC a fim de acompanhar as tendências e as expectativas dos stakeholders, em busca de maior credibilidade (Pinheiro et al., 2023).

No Modelo 5, os resultados sugerem que nas culturas com maior orientação de longo prazo, as empresas divulgam menos informações sociais e ambientais em seus relatórios corporativos, rejeitando a hipótese 5. Esse resultado diverge dos trabalhos de García-Sánchez et al. (2016) e Halkos e Skouloudis (2017). As ações de RSC são utilizadas como estratégias corporativas que se traduzem em resultados de longo prazo. No entanto, em países emergentes, como é o caso dos BRICS, as empresas podem divulgar de forma mais rápida suas práticas de RSC para atrair novos investimentos e ganhar legitimidade de investidores estrangeiros, apesar do ambiente institucional instável nesses países.

No Modelo 6, os achados indicam que a cultura de indulgência influencia positivamente a divulgação da RSC, confirmando a hipótese 6. Isso significa que em culturas com maior valorização do bem-estar, as empresas tendem a divulgar mais informações de responsabilidade social e ambiental. Autores anteriores, como Batistella et al. (2020), ressaltam que culturas mais indulgentes tendem a se preocupar com felicidade e bem-estar de sua sociedade e, portanto, direcionam a atenção as ações que podem trazer benefícios para colaboradores e comunidade, como ocorre com as práticas de RSC.

5.2.1 Análise de robustez: excluindo as empresas chinesas da amostra

Na Tabela 6, os resultados do painel de dados com efeitos fixos são apresentados. Os novos resultados permitem identificar se os resultados da Tabela 5 são estáveis quando as empresas chinesas são excluídas da amostra. Como as empresas chinesas representam 60.72% da amostra, isso poderia enviesar os resultados da pesquisa.

Tabela 6. Análise de dados em painel com efeitos fixos sem as empresas chinesas

Var. explicativas	Modelo 7	Modelo 8	Modelo 9	Modelo 10	Modelo 11	Modelo 12
POWDIS	-0.46***					
INDIV		0.41***				
MASCUL			0.77***			
UNCAVO				0.00		
LONORIE					-0.44***	
INDULG						0.23***
PROFIT	11.34***	9.50***	10.96***	9.65***	12.05***	11.16***
MARKCAP	4.63***	4.57***	3.07***	3.59***	3.16***	4.40***
ROE	0.07	0.02	0.09	0.11	0.15	0.11
IMPACTINDUY	8.44***	7.77***	9.21***	8.05***	9.42***	8.24***
GOVEFE	0.80	3.21*	-3.72	19.10***	3.65*	14.67***
Observações	2501	2501	2501	2501	2501	2501
R ² ajustado	0.1625	0.1396	0.1491	0.1233	0.1569	0.1488
Estatística F	80.31***	68.63***	72.66***	62.60***	78.04***	75.47***
VIF Médio	1.95	2.19	2.31	1.93	1.92	1.70
Breusch-Pagan Test	240.79	241.65	241.03	147.01	215.95	189.63
Endogeneidade (GMM)	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Controle por ano	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim	Sim
Efeito	Fixo	Fixo	Fixo	Fixo	Fixo	Fixo

Fonte: Elaborado pelos autores.

Nota 1: *** p<0.01. **p<0.05. *p<0.10.

Nota 2: POWDIS: Distância ao poder; INDIV: Individualismo; MASCUL: Masculinidade; UNCAVO: Aversão à incerteza; LONORIE: Orientação de longo prazo; INDULG: Indulgência; PROFIT: Lucros; MARKCAP: Capitalização de mercado; ROE: Retorno sobre o patrimônio líquido; IMPACTINDUY: Impacto da indústria; GOVEFE: Eficácia do governo.

De acordo com a Tabela 6, os resultados das variáveis distância ao poder, individualismo, orientação de longo prazo e indulgência permanecem estáveis. No entanto, as variáveis masculinidade e aversão à incerteza são sensíveis à retirada das empresas chinesas da amostra. Isso indica que em países com culturas mais masculinas, as empresas são mais competitivas em termos de divulgação de informações de RSC. O Modelo 10 indica que não é possível confirmar que a aversão à incerteza tem influência sobre as práticas de RSC para os países do BRICS.

A China é o país com o mais alto nível de masculinidade entre os BRICS. Em outras palavras, a cultura chinesa é voltada para o alcance de metas e sucesso profissional, mas as empresas da China não têm uma responsabilidade social elevada. Nesse sentido, com a retirada das empresas chinesas, os dados mostraram que a masculinidade desempenha um papel importante para que as empresas tenham uma maior responsabilidade social. Além disso, a

China possui baixa aversão à incerteza, porque é uma cultura aberta à mudança e inovação e isso poderia enviesar os resultados. Com a retirada das empresas chinesas, a aversão à incerteza perdeu seu poder de explicação.

Em relação às variáveis de controle, os achados mostram que os lucros e a capitalização de mercado têm um efeito positivo sobre a divulgação de informações sociais e ambientais. Na prática, isso indica que empresas com maior disponibilidade financeira e maior tamanho tendem a ter maior preocupação ambiental. Diversos estudos prévios têm demonstrado essa relação positiva entre desempenho financeiro e RSC (Ioannou & Serafeim, 2012; Pucheta-Martínez & Gallego-Álvarez, 2020; Rosati & Faria, 2019; Zubeltzu-Jaka et al., 2018), confirmando que empresas maiores têm maior responsabilidade, porque elas causam maior dano ambiental, têm maior

número de stakeholders e estão submetidas ao maior escrutínio público.

As empresas são unidades econômicas que operam dentro de um contexto nacional formado por instituições formais e informais (North, 1991). Embora países emergentes, como os BRICS, possam ter um contexto similar, suas empresas podem sofrer diferentes pressões dos stakeholders. As instituições nacionais podem forçar as firmas a seguir os requerimentos legais (normas) e influenciar a necessidade dos stakeholders por informações de RSC, contribuindo para que o nível de RSC varie entre os países (Miniaoui; Chibani & Hussainey, 2019). Mediante isso, os resultados da pesquisa (Modelo 8, 10, 11 e 12) constatam que em países com uma melhor eficácia do governo, as empresas têm uma maior divulgação de RSC.

Esse achado fornece a concepção de que as empresas são um reflexo do ambiente institucional em que estão inseridas. Portanto, governos que esperam um comportamento mais ético de suas empresas devem investir na transparência de suas estruturas formais, redução de corrupção e qualidade da formulação e implementação de políticas públicas.

Além disso, os resultados sugerem que empresas que operam em setores ambientalmente sensíveis (energia, materiais e utilidade) divulgam maior quantidade de informações ambientais e sociais. Portanto, o setor da indústria é um determinante para que as empresas tenham um maior engajamento ambiental e social em países emergentes. Empresas que lidam diretamente com os recursos naturais devem divulgar mais detalhadamente suas práticas de RSC para atender à demanda informacional dos diferentes stakeholders. A Tabela 7 apresenta o resumo dos achados desta pesquisa.

Tabela 7. Resumo dos achados.

Hipótese	Variável	Sinal esperado	Sinal encontrado	Situação
H1	POWDIS	Negativo	Negativo	Confirma
H2	INDIV	Negativo	Positivo	Não confirma
H3	MASCUL	Negativo	Positivo	Não confirma
H4	UNCAVO	Negativo	Sem significância	Não confirma
H5	LONORIE	Positivo	Negativo	Não confirma
H6	INDULG	Positivo	Positivo	Confirma

Fonte: Elaborado pelos autores.

Pesquisas anteriores analisaram predominantemente empresas baseadas em economias ocidentais. Isso pode justificar os achados desta pesquisa, uma vez que foram examinados diferentes ambientes institucionais. Pesquisas futuras poderão tentar agregar variáveis

desenvolvidas por institutos de pesquisa de países orientais, como a Cultura Confucionista na China.

6 Considerações Finais

Este estudo teve por objetivo investigar a influência da cultura nacional sobre a divulgação de Responsabilidade Social Corporativa, de empresas sediadas no Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul (BRICS). Para tanto, foram investigadas 4.706 observações relativas ao período de 2009 a 2019, de 1.159 empresas sediadas nesses países.

O estudo considerou fatores que podem afetar o comportamento socioambiental responsável das empresas, em distintos níveis de análise. No nível macro, os achados apontaram que os fatores culturais testados em nível de país mostraram-se significativos para determinar o comportamento das empresas investigadas. Os achados da pesquisa permitem confirmar a hipótese 1 e a hipótese 6. As hipóteses 2 e 5 apresentaram significância, porém com sinais opostos ao que era esperado.

Em geral, o estudo conclui que: a) empresas buscam apoio dos funcionários e indivíduos menos poderosos se utilizando das ações de RSC; b) a cultura de individualismo incentiva as empresas a inovar e diferenciar-se das demais ao priorizem a divulgação de informações de RSC para outras partes interessadas; c) a cultura de orientação de curto prazo faz com que as empresas focalizem em atitudes imediatistas ao buscarem resultados em termos financeiros e ambientais; e d) sociedade que busca felicidade e bem-estar (indulgência) reflete empresas que priorizam não apenas os aspectos financeiros, como também as práticas de RSC. Portanto, as empresas sediadas em países emergentes com menor distância do poder, maior nível de individualismo, orientação de curto prazo e mais indulgentes possuem maiores incentivos ao comportamento socialmente responsável.

O estudo apresenta contribuições teóricas ao reforçar os pressupostos da Teoria Institucional, de modo específico na influência do ambiente nacional sobre o comportamento organizacional, conforme documentado anteriormente em estudos como Gray e Vint (1995) e Brammer, Jackson e Matten (2012). Esse trabalho adiciona evidências de que as dimensões da cultura nacional exercem efeitos distintos sobre a propensão das empresas em evidenciar práticas de responsabilidade social corporativa, reforçando os achados de estudos recentes de Garcia-Sanchez, Cuadrado-Ballesteros e Frias-Aceituno (2016), Gallén e Peraita (2018), Pucheta-Martínez e Gallego-Álvarez (2020), Batistella et al. (2021), Koprowski et al. (2021) e Pinheiro et al (2023).

Quanto às particularidades das dimensões culturais, o estudo oferece evidências para contrariar dois pressupostos teóricos anteriores: de que o individualismo e a orientação de curto geram incentivos para o menor comportamento responsável. Em linha com estudos recentes (Thanetsunthorn

& Wuthisatian, 2018; Koprowski et al., 2021), as evidências desta pesquisa apontam que uma menor distância ao poder, individualismo, orientação de curto prazo e indulgência são fatores que impulsionam as empresas de mercados emergentes ao comportamento socialmente responsável. O resultado pode ser decorrente da importância, de forma cada vez mais intensa, atribuída pelas partes interessadas à RSC e ao modo como as organizações alcançam seus resultados.

Ademais, as empresas pertencentes aos setores mais sensíveis mostraram-se mais propensas a divulgar informações socioambientais. No nível micro, as evidências indicam que a disposição em publicar o relatório está associada com a maior evidência de comportamento responsável, o qual está associado, geralmente, com maior desempenho financeiro da firma. Neste aspecto, infere-se que as empresas com mais recursos financeiros são capazes de investir em práticas de RSC, porque possuem um maior número de stakeholders interessados na sua atuação.

O estudo também oferece contribuições práticas para gestores e formuladores de políticas. Aos últimos, reforça a interferência de certos aspectos culturais para estimular as empresas no caminho da maior divulgação de informações socioambientais, que devem ser considerados no momento de estabelecer padrões de relato. Aos primeiros, fornece elementos para a compreensão da cultura nacional e das características que demandam maior investimento em transparência ambiental e social.

Contudo, o estudo não fica alheio a certas limitações, especialmente relacionadas ao confinamento em mercados emergentes e de empresas com dados publicamente disponíveis, que podem apresentar características distintas de outras configurações corporativas. Assim, os resultados devem ser considerados com certa parcimônia. O estudo sinaliza para outras possibilidades de investigações futuras, considerando outros fatores em nível micro (a exemplo da estrutura de propriedade e das conexões do conselho) e a nível meso (a exemplo da participação em listagens estrangeiras ou das regiões geográficas de atuação) e seus reflexos no comportamento responsável das empresas.

Apesar das diferenças culturais, os países analisados apresentam certa proximidade em termos institucionais. Portanto, novas investigações podem selecionar países com estruturas institucionais diferentes para serem analisados.

Referências

Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006). Corporate social responsibility and resource-based perspectives.

Journal of Business Ethics, 69(2), 111–132. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9071-z>

Batistella, A. J., Dal Magro, C. B., Mazzioni, S., & Paulo, E. (2021). Relevância da informação contábil e cultura nacional. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 15, e169533-e169533. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-6486.rco.2021.169533>

Batistella, A. J., Mazzioni, S., & Dal Magro, C. B. (2020). Efeito da cultura nacional na responsabilidade social corporativa. *Revista de Administração IMED*, 10(1), 63-85. <https://doi.org/10.18256/2237-7956.2020.v10i1.3666>

Barley, S. R., & Tolbert, P. S. (1997). Institutionalization and structuration: Studying the links between action and institution. *Organization Studies*, 18(1), 93-117. <https://doi.org/10.1177/017084069701800106>

Brammer, S., Jackson, G., & Matten, D. (2012). Corporate social responsibility and institutional theory: new perspectives on private governance. *Socio-economic Review*, 10(1), 3-28.

Cabeza-García, L., Fernández-Gago, R., & Nieto, M. (2018). Do board gender diversity and director typology impact CSR Reporting? *European Management Review*, 15(4), 559–575. <https://doi.org/10.1111/emre.12143>

Carvalho, C. A., Vieira, M. M. F., & Goulart, S. (2005). A trajetória conservadora da teoria institucional. *Revista de Administração Pública*, 39(4), 849-874.

Cortinhas, A. L. P. (2013). Os relatórios de sustentabilidade e os auditores: estudo às empresas cotadas na Euronext Lisboa (Doctoral dissertation).

Cornacchione, E., & Reginato, L. (2022). Agent-based model and management accounting: culture-contingent managerial behavior in light of budgetary constraints. *Advances in Scientific and Applied Accounting*, 14(3), 152–171/172. <https://doi.org/10.14392/asaa.2021140306>

Dacin, M. T., Goodstein, J., & Richard Scott, W. (2002). Institutional theory and institutional change: Introduction to the special research forum. *Academy of Management Journal*, 45(1), 45-56. <https://doi.org/10.2307/3069284>

Douppnik, T. S. (2008). Influence of culture on earnings management: A note. *Abacus*, 44(3), 317-340. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6281.2008.00265.x>

Gallén, M. L., & Peraita, C. (2018). The effects of national culture on corporate social responsibility disclosure: a cross-country comparison. *Applied Economics*, 50(27), 2967-2979. <https://doi.org/10.1080/00036846.2017.1412082>

Gallén, M. L., & Peraita Delgado, C. (2016). Información

- de responsabilidad social corporativa y teoría institucional. *Intangible Capital*, 12(4), 942-977.
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.02.004>
- Glover, J. L., Champion, D., Daniels, K. J., & Dainty, A. J. (2014). An Institutional Theory perspective on sustainable practices across the dairy supply chain. *International Journal of Production Economics*, 152, 102-111. [10.1016/j.ijpe.2013.12.027](https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2013.12.027)
- Gray, S. J. (1988). Towards a theory of cultural influence on the development of accounting systems internationally. *Abacus*, 24(1), 1-15. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6281.1988.tb00200.x>
- Gray, S. J., & Vint, H. M. (1995). The impact of culture on accounting disclosures: some international evidence. *Asia-Pacific Journal of Accounting*, 2(1), 33-43. DOI: <https://doi.org/10.1080/10293574.1995.10510476>.
- Guerreiro, R., Frezatti, F., & Casado, T. (2006). Em busca de um melhor entendimento da contabilidade gerencial através da integração de conceitos da psicologia, cultura organizacional e teoria institucional. *Revista Contabilidade & Finanças*, 17(SPE), 7-21. <https://doi.org/10.1590/S1519-70772006000400002>
- Halkos, G., & Skouloudis, A. (2017). Revisiting the relationship between corporate social responsibility and national culture: A quantitative assessment. *Management decision*. <https://doi.org/10.1108/MD-12-2016-0868>
- Hartmann, J., & Uhlenbruck, K. (2015). National institutional antecedents to corporate environmental performance. *Journal of World Business*, 50(4), 729–741. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2015.02.001>
- 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. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-1047-y>
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: international differences in work-related values*. Sage, Beverly Hills, CA.
- Hofstede, G. (1983). The cultural relativity of organizational practices and theories. *Journal of International Business Studies*, 14(2), 75-89. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490867>
- Hofstede, G., & Minkov, M. (2010). Long-versus short-term orientation: new perspectives. *Asia Pacific Business Review*, 16(4), 493-504. <https://doi.org/10.1080/13602381003637609>
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 2307-0919. <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>
- Hofstede Insights. (2019). Retrieved on February 08, 2019, from <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/>.
» <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison>
- Ioannou, I., & Serafeim, G. (2012). What drives corporate social performance the role of nation-level institutions. *Journal of International Business Studies*, 43(9), 834–864. <https://doi.org/10.1057/jibs.2012.26>
- 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. <https://doi.org/10.1108/ijchm-08-2014-0415>
- Koprowski, S., Mazzioni, S., Magro, C. B. D., & Rosa, F. S. D. (2021). Cultura Nacional e Responsabilidade Social Corporativa. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 23, 488-502. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v.23i3.4115>
- Lin, R. J., & Sheu, C. (2012). Why do firms adopt/implement green practices? An institutional theory perspective. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 57, 533-540.
- Machado-da-Silva, C. L., & Nogueira, E. E. S. (2000). Instituições, cultura e identidade organizacional. *Anais do ENEO 2000*.
- Meyer, J. W., & Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363.
- Moll, J., Burns, J., Major, M., & Hoque, Z. (2006). *Institutional Theory*. In *Methodological issues in accounting research: Theories and methods*. Spiramus Press.
- Miniaoui, Z., Chibani, F., & Hussainey, K. (2019). The impact of country-level institutional differences on corporate social responsibility disclosure engagement. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(6), 1307–1320. <https://doi.org/10.1002/csr.1748>
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge University Press.
- North, D. C. (1991). Institutions. *The Journal of Economic Perspectives*, 5(1), 97–112. <https://doi.org/10.1017/S0570608400000867>

- Pinheiro, A. B., Oliveira, M. C., & Lozano, M. B. (2023). Os efeitos da cultura nacional na divulgação ambiental: Uma análise entre países. *Revista Contabilidade & Finanças*, 34. <https://doi.org/10.1590/1808-057x20221636.en>
- Pinheiro, A. B., Sampaio, T. S. L., Guimarães, D. B., & Rebouças, S. M. D. P. (2021). Effect of the cultural system on Corporate Social Responsibility disclosure in the energy sector. *Contabilidade Vista & Revista*, 32(3), 217-241. <https://doi.org/10.22561/cvr.v32i3.6924>
- Pinheiro, A. B., Sampaio, T. S. L., Rodrigues, R. C., & Batistella, A. J. (2022). Democracy, corruption and civil liberties: Does national context influence corporate carbon disclosure?. *Revista de Administração da UFSM*, 15, 434-452.
- Pinheiro, A. B., Silva Filho, J.C.L., & Moreira, M.Z. (2021). Institutional drivers for corporate social responsibility in the utilities sector. *Revista de Gestão*, 28(3), 186-204. <https://doi.org/10.1108/REGE-08-2019-0088>
- Prado, J. M., García, M., & Blázquez, A. (2013). El impacto del sistema cultural en la transparencia corporativa. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 22, 143-154. <https://doi.org/10.1016/j.redde.2013.04.001>
- Pucheta-Martínez, M. C., & Gallego-Álvarez, I. (2020). Corporate environmental disclosure practices in different national contexts: the influence of cultural dimensions. *Organization and Environment*, 33(4), 597-623. <https://doi.org/10.1177/1086026619860263>
- 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. <https://doi.org/10.1108/14720700710820551>
- Rosati, F., & Faria, L. G. D. (2019). Addressing the SDGs in sustainability reports: The relationship with institutional factors. *Journal of Cleaner Production*, 215, 1312-1326. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.12.107>
- Scott, W. R. (1987). The adolescence of institutional theory. *Administrative Science Quarterly*, 32(4), 493-511.
- Selznick, P. (2011). *Leadership in administration: A sociological interpretation*. Quid Pro Books.
- Siegel, J. I., Licht, A. N., & Schwartz, S. H. (2011). Egalitarianism and international investment. *Journal of Financial Economics*, 102(3), 621-642. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2011.05.010>
- Silva, E. C., Azevedo, A. S., & Castro Junior, L. G. (2018). Ambiente institucional e responsabilidade social corporativa na cafeicultura africana. *HOLOS*, 2, 170-189. <https://doi.org/10.15628/holos.2018.6860>
- Soschinski, C. K., Brandt, E., & Klann, R. C. (2019). Internacionalização e práticas de responsabilidade social corporativa em empresas brasileiras. *Advances in Scientific and Applied Accounting*, 1(1), 047-064. <https://doi.org/10.14392/ASAA.2019120103>
- Soschinski, C. K., Giordani, M. D. S., Klann, R. C., & Brizolla, M. M. B. (2021). Influence of National Culture on Corporate Social Responsibility. *Cross-Cultural Management Journal*, 23(1).
- Thanetsunthorn, N., & Wuthisatian, R. (2018). Cultural configuration models: Corporate Social Responsibility and national culture. *Management Research Review*, 41(10), 1137-1175. <https://doi.org/10.1108/MRR-08-2017-0254>
- Tolmie, C. R., Lehnert, K., & Zhao, H. (2020). Formal and informal institutional pressures on corporate social responsibility: A cross-country analysis. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), 786-802.
- Wasiuzzaman, S., Ibrahim, S. A., & Kawi, F. (2022). Environmental, social and governance (ESG) disclosure and firm performance: does national culture matter?. *Meditari Accountancy Research*, (ahead-of-print).
- Williams, R. (1999). A fração Bloomsbury. *Plural: Sociologia*, 6, 139-168.
- Wronski, P. G., & Klann, R. C. (2020). Accounting conservatism and national culture. *BBR. Brazilian Business Review*, 17, 344-361. <https://doi.org/10.15728/bbr.2020.17.3.6>
- Whitley, R. (1998). Internationalization and varieties of capitalism: The limited effects of cross-national coordination of economic activities on the nature of business systems. *Review of International Political Economy*, 5(3), 445-481. <https://doi.org/10.1080/096922998347480>
- Zarzeski, M. T. (1996). Spontaneous harmonization effects of culture and market forces on accounting disclosure practices. *Accounting Horizons*, 10(1). <https://ssrn.com/abstract=2600>
- Zucker, L. G. (1977). The role of institutionalization in cultural persistence. *American Sociological Review*, 42(5), 726-743.
- Zubeltzu-Jaka, E., Andicochea-Arondo, L., & Alvarez Etxeberria, I. (2018). Corporate social responsibility and corporate governance and corporate financial performance: Bridging concepts for a more ethical business model. *Business Strategy & Development*, 1(3), 214-222. <https://doi.org/10.1002/bsd2.29>