



IV SINGEP

Simpósio Internacional de Gestão de Projetos, Inovação e Sustentabilidade
International Symposium on Project Management, Innovation and Sustainability

ISSN: 2317 - 8302

O CAMINHO DA PESQUISA EM CRIAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO NO BRASIL

KEULLY CRISTYNNE AQUINO DIOGENES

Universidade de Fortaleza
keully.aquino@gmail.com

JOÃO MOISES BRITO MOTA

Universidade de Fortaleza
jmoisesbrito@gmail.com



O CAMINHO DA PESQUISA EM CRIAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO NO BRASIL

Resumo

A publicação de Porter e Kramer em 2011, chamada de “The Big Idea”, desencadeou uma série de novos estudos sobre a nova forma de capitalismo abordada pelos autores, a Criação de Valor Compartilhado (*Creating Shared Value* [CSV]) representando uma resposta às transformações que a humanidade está atravessando. Isto posto, esta pesquisa buscou mapear o comportamento atual e futuro da produção acadêmica sobre CSV no Brasil. Para tanto, metodologicamente, elaborou-se um estudo bibliométrico, com o objetivo de investigar o comportamento da pesquisa nacional, a partir do ano de 2011 até o ano de 2015, das publicações nos principais periódicos brasileiros da área de Administração e *Anais* dos importantes congressos científicos no Brasil; na segunda fase, realizou-se uma pesquisa com os autores brasileiros que publicaram sobre CSV. Dentre os resultados apresentados, pode-se evidenciar que as pesquisas científicas ainda são exíguas, apresentam uma boa oportunidade de estudo para os pesquisadores. Apenas seis artigos apresentaram como foco central de seu trabalho o tema CSV. Ademais, grande parte dos artigos foram publicados em periódicos B3 e em congressos científicos. Assim, esses resultados podem ser úteis para delinear uma nova agenda de pesquisa que preencha as lacunas claramente perceptíveis sobre o tema na academia nacional.

Palavras-chave: Criação do Valor Compartilhado. Responsabilidade Social Empresarial. Estudo Bibliométrico.

Abstract

The publication of Porter and Kramer in 2011, called "The Big Idea", generated series of new studies about a new form of capitalism. Discussed by the authors the Creating Shared Value (CSV) represents a response to the great transformations that humanity is going through. Thus, this research aims to map the current and future behavior of academic production on Creating Shared Value in Brazil. To do that, were elaborated as method a bibliometric study in order to investigate the behavior of the national survey, from the year 2011 until the year 2015 in publications of Brazilian Administration area on important conferences scientific journals developed in Brazil; in the second phase, a survey was held with Brazilian authors who have published on Creating Shared Value. The results shows that scientific research CSV are still meager, that is, it has a good opportunity to study for researchers. Only six articles presented as the central focus of his work CSV theme. In addition, many of the articles were published in B3 journals and scientific meetings. Thus, these results may be useful to outline a new research agenda to fill the gaps clearly noticeable on the subject in the national academy.

Keywords: Creation of Shared Value. Corporate Social Responsibility. Bibliometric study.



1 Introdução

Em 2011, Michael Porter e Mark Kramer introduziram o conceito de *Creating Shared Value* [CSV] como o novo modelo de gestão. O CSV é definido como responsável pelas premissas capazes de redefinir o capitalismo. Neste modelo, a competitividade de uma empresa e o desenvolvimento das comunidades em torno dela são variáveis dependentes. Assim, o desenvolvimento econômico e o desenvolvimento social devem ser almejados em conjunto pelas organizações.

No entanto, ao propor o modelo CSV, os autores questionam a já consolidada *Corporate Social Responsibility* [CSR]. O tema CSR possui uma vasta literatura (Dahlsrud, 2006; Taneja, Taneja & Gupta, 2011), mas carece de uma concordância normativa universal (Okoye, 2009; Carrol & Shabana, 2010). Além disso, apesar da atenção que uma variedade de temas associados à CSR tem recebido, ainda existe um conjunto de temas que estão sendo pouco explorados (Moretti & Figueiredo, 2007; Moretti & Campanario, 2009). Aranha e Garcia (2013) corroboram com tal afirmação ao defender que a ainda iniciante produção brasileira sobre a presença do empreendedorismo corporativo e reflexões da CSR vem distanciando-a da produção dos países do hemisfério norte.

A introdução desse novo modelo e o questionamento à CSR torna-se possível em virtude da relevância que os autores apresentam no campo de pesquisa da estratégia. Porter e Kramer são referenciados como autoridades em estratégia, visto que são ligados à Universidade de Harvard, principal escola americana com foco em administração de empresas, atuam como consultores em empresas americanas e internacionais e possuem diversos trabalhos científicos ligados à estratégia e competitividade das empresas.

Assim, a CSV ganhou notoriedade (Aranha & Garcia, 2013) no campo acadêmico e empresarial. Pesquisas científicas que adotam o modelo CSV começaram a circular em periódicos de grande reconhecimento, por exemplo, *Harvard Business Review* e *California Management Review*. Estratégias organizacionais de grandes empresas, por exemplo, Nestlé, Google, GE, Walmart, IBM, Unilever, Johnson & Johnson e Intel, foram elaboradas adotando a criação de valor compartilhado (Pfizer, Bockstette & Stamp, 2013).

Neste contexto, este artigo desenvolve-se no intuito de identificar o estado da arte do tema Criação de Valor Compartilhado ou *Creating Share Value* [CSV] na academia brasileira e identificar o caminho que as pesquisas futuras envolvendo este tema tendem a trilhar. Diante disso, tem-se que o problema dessa pesquisa é: Qual o comportamento atual e futuro das pesquisas realizadas no Brasil sobre Criação de Valor Compartilhado?

O objetivo geral do estudo é identificar o comportamento trajetória atual das pesquisas realizadas no Brasil sobre Criação de Valor Compartilhado.

Desta forma, esta pesquisa contribui com a literatura ao ampliar a discussão sobre as pesquisas sobre CSV no Brasil. A investigação se justifica pela relevância que os autores do modelo CSV possuem na academia internacional e no mercado.



2 Referencial Teórico

2.1 Criação do valor compartilhado: início e propagação

O sistema capitalista de produção instalou-se baseado na exploração do indivíduo e dos recursos naturais. Com isso, a sociedade capitalista passou a conviver com problemas sociais e ambientais que se apresentam em níveis crescentes.

Críticas ao sistema capitalista e a busca de práticas que promovam o desenvolvimento de ações que promovam a redução dos efeitos negativos gerados por ele foram sendo discutidas ao longo dos anos. Neste contexto, a partir da década de 1950, o conceito de CSR ganha destaque no mundo corporativo.

Bower (1957, citado por Serpa & Fourneau, 2007) defende que as ações das empresas atingem a sociedade em diversos pontos e que essas deveriam compreender seus impactos sociais. Posteriormente, as pesquisas sobre Responsabilidade Social Empresarial passam a ser cada vez mais constantes e a vincular-se com problemas sociais como a pobreza, desemprego, diversidade, desenvolvimento, crescimento econômico, distribuição de renda, poluição, entre outros.

Em consequência disso, o conceito de negócio vincula-se ao dever de servir a sociedade (Carrol, 1999). Carrol (1999) propõe um modelo de gestão que vai além de gerar lucro e obedecer às leis. Para Carrol (1999), a responsabilidade social empresarial engloba quatro tipos básicos de expectativas que refletem a visão da organização: econômica, legal, ética e discricionária.

Em contraponto, Friedman (1970) defende que as empresas possuem apenas um tipo de responsabilidade social: usar seus recursos e suas energias no intuito de aumentar seus lucros, contanto que obedeçam às regras do jogo e participem de uma competição aberta e livre, sem danos ou fraudes.

Porter e Kramer (2006) e Drucker (1993) vão em outra linha pois defendem que as organizações possuem obrigações com as comunidades que vão além do lucro. No mesmo sentido, Hart e Prahalad (2002) atestam que as empresas que atuam mundialmente devem direcionar suas estratégias, por meio do capitalismo inclusivo, desta forma, conseguem criar valor perante a sociedade, com atitudes que minimizem os danos ao ambiente e ajudem a humanidade.

Contudo, Porter e Kramer (2006) discorrem que a CSR possui a capacidade de maximizar a aparência da empresa, frente à sociedade, mas que as ações desenvolvidas não possuem junção com o *core business* da organização. Todas as ações adiantadas até o momento, soariam como “caridade” ou “custo”.

Diante disso, a partir do momento em que as empresas deixarem de usar estratégias desconectas de CSR, e começar a vislumbrar oportunidades de negócios, trazendo para o seu *core business* as estratégias e perspectivas para a responsabilidade social de uma organização, as decisões das empresas despertarão para serem orientadas pelo mesmo quadro estratégico, obtendo como resultado, uma fonte imensurável de oportunidades, inovação e vantagens competitivas.

De acordo com Moraes Neto, Pereira e Moriz (2012), a criação do conceito de CSV seria uma teoria nova sobre CSR, na qual traz em seu “DNA” um olhar mais estratégico da empresa para Responsabilidade Social. As ações realizadas pelas corporações estariam voltadas para a prática gerencial sustentável, trazendo consigo a toda a influência da



Responsabilidade Social em sua estrutura empresarial, incluindo, por exemplo, os valores éticos e também a atuação em seu *core bussines*. A partir disso, conseguindo criar valor e atendendo as necessidades sociais ainda não solucionadas Porter e Kramer (2011).

Nesse pensamento, as empresas que conseguem enxergar que não somente as necessidades econômicas que definem o mercado, mas também as necessidades sociais, conseguirão serem catalisadoras do novo capitalismo mundial, no qual o progresso será constituído pelo binômio social e econômico, coexistindo em função do forte elo com a sociedade (Porter; Kramer, 2011).

Nesse contexto, aprimorando o conceito de Valor como peça fundamental para o desenvolvimento da vantagem competitiva de uma empresa em relação ao mercado, Porter e Kramer (2006) divulgam um novo conceito de geração de valor, o qual os autores explicam que as empresas que conseguirem adaptarem-se às problemáticas ambientais, sociais e econômicas do presente, não causando sofrimento à sociedade para ter que produzir seus produtos, conseguindo incluir no seu *core bussines* o conceito de responsabilidade sustentável.

A partir disso, as empresas auferirão uma vantagem competitiva sustentável no mercado, que seria a CSV. Este conceito afeta as futuras organizações, pois o desígnio das associações de negócios deve ser remarcado para a criação de valor compartilhado, e não meramente para o lucro (Porter & Kramer, 2011).

Dow Chemical	Removeu 600 milhões de kg de gorduras trans e gorduras saturadas na dieta dos Estados Unidos e criou um grande negócio com os seus Nexera girassol e canola sementes.
Nestlé	Ajudou milhões de famílias desnutridas na Índia e em outros países, fornecendo especiarias reforçado com micronutrientes de baixo custo, que são um rápido crescimento, negócio rentável.
Novartis	Forneceu medicamentos essenciais e serviços de saúde para 42 milhões de pessoas em 33.000 aldeias rurais na Índia através de um modelo de negócio social que tornou-se rentável após 31 meses
Mars	Catalisada uma coligação intersectorial para transformar fazendas e comunidades vizinhas na Costa do Marfim com o objetivo de evitar iminente escassez de cacau.
Intel	Treinou mais de 10 milhões de professores no uso da tecnologia para melhorar o aproveitamento escolar, transformando a educação em um negócio rentável para a empresa.
Vodafone	Protegeu milhões de trabalhadores de saúde através da criação de sistemas de injeção sem agulha, que são agora um negócio de US \$ 2 bilhões para BD, sendo responsável por 25% da receita da empresa.

Figura 1. Empresas que estão criando valor compartilhado

Fonte: Adaptada pelo autores de Pfitzer, M., & Bockstette, V.; Stamp, M. (2013). *Innovating for Shared Value. Harvard Business Review*.

2.2 Críticas ao CSV

Crane, Palazzo, Spence e Matten (2014) e Elkington (2011) não acreditam que a CSV promova grandes mudanças no sistema capitalista atual. Para os autores, a CSV é benéfica por ajudar as organizações a implementar boas práticas, mas o modelo ainda deixa vários pontos de discussões. Assim como a CSR, a CSV também não é capaz de solucionar problemas relacionados à corrupção e aos direitos humanos (Elkington, 2011).

Segundo Crane *et al.* (2014), a CSV apresenta pontos fortes e fracos, conforme quadro apresentado a seguir:



Pontos Fortes	Pontos Fracos
CSV agrada totalmente aos praticantes e estudiosos	CSV é banal
CSV eleva metas sociais a um nível estratégico	CSV ignora tensões entre social e metas econômicas
Pontos Fortes	Pontos Fracos
CSV articula um papel claro para os governos em comportamento responsável	CSV é ingênuo sobre os desafios do negócio
CSV acrescenta rigor às idéias do "capitalismo consciente" e fornece um guarda-chuva para construir conceitos	CSV é baseada numa concepção superficial do papel da corporação na sociedade

Figura 2. Pontos Fortes e Fracos da CSV

Fonte: Adaptada pelo autores de Crane *et al.* (2014). Contesting the value of Creating Shared Value. *California Management Review*, Berkley, 56(2), 130-153.

As empresas precisam ser capazes de monitorar o progresso do investimento em projetos que buscam a criação de valor compartilhado, no entanto, ainda não existe nenhum sistema universal que seja capaz de fazer isso (Pfitzer, Bockstette & Stamp, 2013). Os autores destacam as iniciativas do *International Integrated Reporting Council* e do *Sustainability Accounting Standards Board*, uma vez que ambos têm procurado criar padrões que permitirão aos investidores e outras partes interessadas comparar os impactos ambientais e sociais das empresas. O segundo busca orientações nos padrões das indústrias, enquanto o primeiro está a desenvolver um quadro comum para a apresentação de relatórios integrados no desempenho financeiro, ambiental, social e de governança. Os dois projetos continuam em fase de andamento.

2.3 Pesquisas

Estudos que buscam identificar a produção acadêmica nacional sobre CSR têm sido frequentes (Aranha & Garcia, 2013; Moretti & Campanario, 2009; Moretti & Figueiredo, 2007; Passador, Conopf & Passador, 2005; Sousa, Lima, Nascimento, Peter, Machado & Gomes, 2013). Esses estudos vão desde avaliar o estado da arte do tema na academia nacional (Moretti & Campanario, 2009; Moretti & Figueiredo, 2007; Passador, Conopf & Passador, 2005; Sousa *et al.*, 2013) até a investigação sobre a interação do tema com outros campos (Aranha; Garcia, 2013).

O tema CSR possui uma vasta literatura (Dahlsrud, 2007, Taneja, Taneja & Gupta, 2011), no entanto carece de uma concordância normativa universal (Okoye, 2009; Carrol & Shabana, 2010). Além disso, apesar da atenção que uma variedade de temas associados à CSR tem recebido na academia brasileira, ainda existem um conjunto de temas que estão sendo pouco explorados (Moretti & Figueiredo, 2007; Moretti & Campanario 2009). A partir disso, destaca-se algumas produções científicas e suas pesquisas correlatas, com o intuito de propagar e explicitar algumas compreensões e análises sobre o que já foi Criação de Valor Compartilhado. Alguns autores, dentre eles Porter e Kramer (2006), que foram precursores dos estudos acerca de Responsabilidade Social e Vantagem Competitiva. Dentre as principais conclusões, depara-se com uma prerrogativa de que as corporações para ganharem vantagem competitiva, não podem apenas usar recursos financeiros baseados em metas, para ajudar os problemas da comunidade, mas necessitam que as estratégias de Responsabilidade Social estejam entranhadas em suas estratégias.

Em contraponto, destaca-se a limitação de estudos que envolvem publicações que discorrem sobre Criação de Valor Compartilhado ou CSV. Na academia nacional apenas um



estudo bibliométrico foi identificado, o estudo de Homrich, De Carvalho e Laurindo (2014). Este estudo busca desenvolver uma metodologia de planejamento de cenários futuros associando a sustentabilidade e a criação de valor compartilhado, o qual disserta em seu artigo sobre esse novo capitalismo, fazendo um nivelamento de ideias da Criação do Valor Compartilhado e a Responsabilidade Social Empresarial. Os autores realizam um estudo bibliométrico sobre como são lidados os assuntos CSV e CSR na literatura.

Os autores Porter e Kramer, (2011) disseminaram a ideia da CSV relatando que ela é uma opção para as corporações conseguirem o sucesso econômico e social por meio de vantagens competitivas desenvolvidas em conjunto com as comunidades aonde atuam, assim distendendo benefícios para a sociedade e com isso criando valor social perante elas. O referido estudo conclui que a CSV constitui o novo formato de capitalismo, no qual seria a essência para a inovação e crescimento dos negócios.

3 Metodologia da Pesquisa

Este estudo tem por objetivo identificar a evolução da produção científica sobre Criação de Valor Compartilhado em periódicos brasileiros. Para tanto, o trabalho foi dividido em duas etapas: I - análise bibliométrica de natureza descritiva e explicativa; e II - pesquisa com os autores que publicaram sobre o tema criação de valor compartilhado no Brasil.

Na primeira etapa, a análise bibliométrica objetivou quantificar e analisar a produção científica nacional sobre o tema. O objetivo da análise bibliométrica é identificar o comportamento da literatura (Araújo, 2006) por meio da medição dos índices dessas produções correlatas. Para isso, o estudo realizou a análise dos seguintes indicadores: (i) autoria; (ii) vínculo institucional dos autores; (iii) aspectos metodológicos; (iv) bases teóricas; (v) frequência de palavras-chave; e (vi) setor do estudo. Portanto, este trabalho utiliza-se da abordagem quantitativa, mediante a estatística descritiva. O software excel foi utilizado para tabular, gerar informações, os gráficos e figuras da pesquisa.

A pesquisa realizou busca em periódicos nacionais classificadas pelo sistema CAPES 2013 – 2014 como Qualis A1, A2, B1, B2, B3, B4 e B5 e os artigos publicados nos encontros de pesquisa maior reconhecimento na academia. A seguir segue uma relação contendo os periódicos e encontros de pesquisas analisados.

Título	ISSN	Extrato
Revista de Administração Pública	0034-7612	A2
Revista de Administração (FEA-USP)	0080-2107	A2
Revista de Administração Contemporânea	1415-6555	A2
Revista de Administração Mackenzie	1678-6971	A2
Cadernos EBAPE	1679-3951	A2
Brazilian Administration Review	1807-7692	A2
Revista de Negócios (Online)	1983-0807	A2
Revista de Administração de Empresas	2178-938X	A2
REAd. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre. Online)	1413-2311	B1
Revista de Administração Contemporânea (Impresso)	1415-6555	B1
Brazilian Business Review	1807-734X	B1
Revista de administração da Unimep	1679-5350	B2
Revista de Administração e Inovação	1809-2039	B2
Revista de Contabilidade e Organizações	1982-6486	B2
Revista de Administração da UFSM	1983-4659	B2
Revista de Administração da UFSM	1983-4659	B2



Título	ISSN	Extrato
Revista de Administração e Inovação	1983-5205	B2
Revista de Administração	1984-6975	B2
Revista de Administração da UEG	2236-1197	B2
Gestão & Planejamento	1516-9103	B3
Contextus (Fortaleza)	1678-2089	B3
RECIIS. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde (Edição em Português. Online)	1981-6278	B3
Scientia iuris	2316-4190	B3
Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios	1984-3372	B3
Pretexto (Belo Horizonte)	1517-672X	B3
Revista Brasileira de Administração Científica	2179-684X	B3
Revista Interfaces Científicas - Educação	2316-333X	B3
Revista de Administração de Roraima	2237-8057	B3
Cadernos de Estudos Sociais	0102-4248	B4
Análise (UFRGS. 2006)	0102-9924	B4
Revista da FAE	1516-1234	B4
Adm. MADE	1518-9929	B4
REA. Revista Eletrônica de Administração (Franca. Online)	1679-9127	B4
Revista Brasileira de Pós-Graduação	1806-8405	B4
Gestão e Desenvolvimento	1807-5436	B4
REBAP - Revista Brasileira de Administração Política	1983-8166	B4
REBRAE. Revista Brasileira de Estratégia (Eletrônica)	2175-3350	B4
Revista de Administração da FATEA	2176-8412	B4
REAVI - Revista Eletrônica do Alto Vale do Itajaí	2316-4190	B4
Revista de Administração	2317-6083	B4
Desenvolve - Revista de Gestão do Unilasalle	2316-5537	B4
Revista de Economia e Administração (impresso)	1676-7608	B5
RECADM : Revista Eletrônica de Ciência Administrativa	1677-7387	B5
Gestão.Org GESTÃO	1679-1827	B5
Revista Eletrônica Gestão & Saúde	1982-4785	B5
Revista de Gestão USP	1809-2276	B5
Gestão e Sociedade	1980-5756	B5
REBELA - Revista Brasileira de Estudos Latino-Americanos	2237-339X	B5

Figura 3. Periódicos analisados

Fonte: Capes (2015).

Encontro	Instituição Organizadora
EnANPAD	ANPAD
Encontro De Estudos Em Estratégia/3 Es	ANPAD
SEMEAD	USP

Figura 4. Encontros de Pesquisa em Administração analisados

Fonte: Elaborada pelos autores (2015).

No período de maio de 2015, realizou-se a busca dos artigos nas bases de dados eletrônicas Google, Scielo, Spell e Ebsco. O critério de seleção foi a evidência das palavras-chaves em seu título ou no resumo, quais sejam: Criação do Valor Compartilhado, CSV, Valor Compartilhado e *Shared Value*.

O método de análise bibliométrica baseia-se na análise quantitativa e estatística de produções científicas que apresentam as mesmas particularidades (Fonseca, 1986) mediante a elaboração de leis empíricas, as quais buscam promover uma melhor compreensão dos dados.

Segundo Moretti e Campanário (2009), a análise bibliométrica apresenta um arcabouço de leis que referenciam os trabalhos. São elas: a Lei de Bradford, a qual busca identificar a relevância na área de conhecimento; a Lei de Lotka, que busca identificar a



produtividade por meio da frequência; e a Lei de Zipf possui como foco a frequência das palavras no texto analisado.

Leis	Definição	Autores
Bradford	Mensura o nível de atração dos periódicos sobre determinado tema	Moretti & Campanario, 2009; Pinto <i>et al.</i> , 2010; Quoniam <i>et al.</i> , 2001.
Lotka ou Quadrado Inverso	Evidencia a produtividade (e citações) de autores por meio de um modelo de distribuição de tamanho-frequência em um conjunto de publicações, concentrando-se assim em aspectos de coautoria	Vanti, 2002; Cardoso <i>et al.</i> , 2005; Moretti & Campanario, 2009; Gazda & Quandt, 2010
Zipf ou Mínimo Esforço	Mensura a quantidade de ocorrências das palavras em vários textos, gerando uma lista de termos de uma determinada temática sendo utilizada para observar qual tema científico é tratado nos artigos	Cardoso <i>et al.</i> , 2005; Moretti & Campanario, 2009; Quoniam <i>et al.</i> , 2001; Vanti, 2002.

Figura 5. Leis da Bibliometria

Fonte: Ribeiro, Costa, Muritiba, e De Oliveira Neto (2012). Visão baseada em recursos: uma análise bibliométrica dos últimos 11 anos. *Revista de Ciências da Administração*, 14(34), 39-59.

3.1 Etapa 2: identificar o futuro da CSV no Brasil – pesquisa com autores de CSV no Brasil

Para responder a questão sobre os caminhos que as pesquisas sobre criação de valor compartilhado irão seguir no Brasil, a estratégia da pesquisa constituiu-se em entrevistar os autores brasileiros que já escreveram sobre CSV no Brasil. Foram enviados e-mails a todos os autores identificados nesta pesquisa, conforme tabela 2. No entanto, somente seis responderam. As perguntas constantes no questionário enviado aos autores foram elaboradas com o objetivo de identificar qual percepção destes sobre o futuro da temática Criação de Valor Compartilhado no Brasil.

Tais autores constituíram a população desta segunda etapa da pesquisa. A população da pesquisa corresponde aos elementos que possuem as características para obtenção de dados e informações a respeito de algo (Richardson, 1999).

Nesta segunda etapa foi apresentado a esses autores os resultados encontrados na pesquisa bibliométrica sobre Criação de Valor Compartilhado no Brasil. Tal procedimento foi realizado no intuito de demonstrar o caminho percorrido até o momento. Após isso, foi aplicado um questionário com três perguntas: por que as pesquisas sobre CSV seguiu o caminho identificado no estudo bibliométrico? O autor pretende realizar outras pesquisas sobre CSV? Se sim? Que pesquisa pretende desenvolver? Qual o futuro o autor identifica para a CSV no Brasil?

Este questionário permitiu inferir variáveis visão dos autores sobre as variáveis que influenciarão as pesquisas sobre criação de valor compartilhado no Brasil e qual o futuro da pesquisa sobre criação de valor compartilhado nos próximos anos.



4 Análise dos Resultados

A figura 6 evidencia o ambiente estudado no período de 2011 a 2015 e o total de artigos publicados nos periódicos apresentados no quadro 3 e em encontros de pesquisa especificados no quadro 4. Contata-se que apenas seis artigos apresentaram como foco central de seu trabalho o tema CVC ou CSV, sendo que todos foram publicados em locais diferentes e por autores diferentes, exceto, o autor Chaves que aparece em dois artigos: um em coautoria e outro individualmente. Diante disso, verifica-se a invalidade de se realizar uma análise bibliométrica. Assim, os artigos serão analisados individualmente.

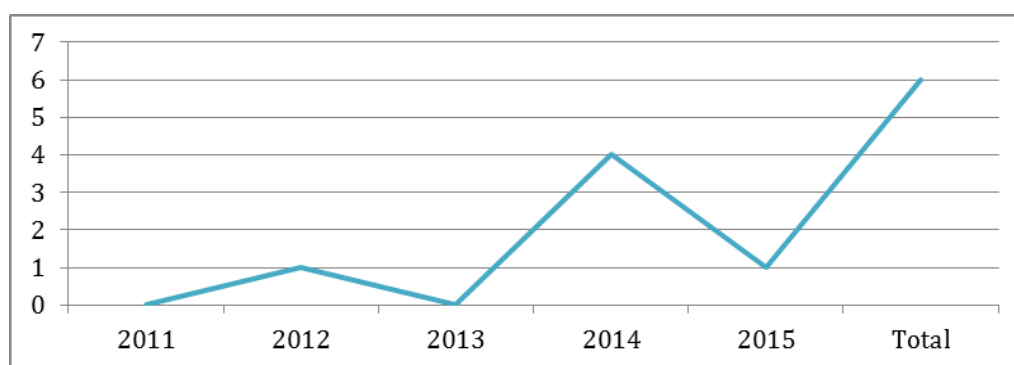


Figura 6. Número de publicações

Fonte: Elaborada pelos autores (2015).

Verifica-se que no período de 2011 a 2013 a publicação foi praticamente inexistente. A partir da tabela 1, observa-se que apenas o estudo de Moraes Neto, Pereira e Moriz (2012), intitulado como “Novo capitalismo: criação de valor compartilhado e responsabilidade social empresarial” foi realizado neste período. O estudo entende ser a responsabilidade social e criação de valor compartilhado as promotoras de uma sociedade baseada no conhecimento. Trata-se de um estudo bibliográfico que pretende esclarecer como ocorre o posicionamento da literatura sobre responsabilidade social empresarial e criação de valor compartilhado.

Tabela 1

Artigos identificados na pesquisa

N	Ano	Artigo	Autores
1	2012	NOVO CAPITALISMO: CRIAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO E RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL	Morais Neto, Pereira e Moriz
2	2014	EMPRESAS B: PRINCÍPIOS E DESAFIOS DO MOVIMENTO B CORP	Comini, Fidelholc e Rodrigues
3	2014	COCRIAÇÃO COMO PROPOSTA PARA GERAÇÃO DE VALOR: CASO DA EMPRESA DENTAL AMÉRICA	Oliveira, Damascena, Brambilla.
4	2014	A EMPRESA DO SÉCULO XXI: CRIANDO VALOR COMPARTILHADO EM TEMPOS DE UM CAPITALISMO CONSCIENTE	Chaves
N	Ano	Artigo	Autores
5	2014	FENÔMENO EMPRESA - DOS INTERESSES EXCLUSIVOS PRIVATISTAS AOS INSTITUCIONALISTAS PUBLICISTAS: CRIANDO VALOR COMPARTILHADO	Flores e Chaves
6	2015	SUSTENTABILIDADE E BACKCASTING: A ABORDAGEM PARTICIPATIVA NA CRIAÇÃO DE VALOR COMPARTILHADO	Homrich, De Carvalho,



Tabela 1

Artigos identificados na pesquisa

N	Ano	Artigo	Autores
		UMA CONTRIBUIÇÃO BIBLIOMÉTRICA	Laurindo e Saut

Fonte: Elaborada pelos autores (2015).

Em 2014, na conferência do Instituto Ethos 2013, Porter realizou uma palestra, na qual apresentou o Índice de Progresso Social, um projeto global cujo objetivo é fornecer informação estatística que impulse governos, organizações filantrópicas, organizações da sociedade civil e academia a focar em atividades que contribuam para melhorar o bem-estar em cada país e região do mundo.

Os estudos de Comini, Fidelholc e Rodrigues (2014), Oliveira, Damascena e Brambilla (2014), Chaves (2014) e Chaves e Flores (2014) são desenvolvidos logo após essa visita de Porter ao Brasil. Comini, Fidelholc e Rodrigues (2014) realizaram um estudo nas chamadas empresas *B Corporations*, ou Empresas B. Tais empresas representam as organizações que apresentam em sua missão a função de melhorar a sociedade onde estão inseridas por meio de mecanismos de. A pesquisa analisa a origem do movimento das *B Corporations* no contexto internacional e os desafios para expansão no cenário brasileiro. Como resultado, a pesquisa destaca que os principais incentivos para que uma empresa se certifique como B Corporation são o posicionamento ideológico, sua comunicação e reputação.

A pesquisa de Oliveira *et al.* (2014) busca identificar como pequenas e médias conseguem criar valor, mesmo diante das limitações de recursos financeiros e humanos. Os autores identificaram que embora as empresas já realizem ações informais que contribuam para criação de valor, se faz necessária elaboração de processos internos. Segundo o estudo, à medida que se evolui para uma lógica dominante diferenciada,

focada nos bens intangíveis, a criação de valor torna-se fundamental para que as empresas se mantenham competitivas

Já o estudo de Chaves (2014) tem por objetivo realizar uma abordagem crítica sobre a empresa, com vistas a seu redimensionamento à realidade do século XXI. O trabalho faz uma releitura do fenômeno empresarial, passando pela abordagem das transformações do direito privado, , assim como das teorias dos *stakeholders*, do capitalismo do valor compartilhado e do capitalismo consciente. O estudo conclui que, no século XXI, a empresa não deve ser vista como mera expressão de atividade econômica que busca a satisfação de interesses exclusivos de proprietários, mas sim como um agente que interage constantemente na realidade social e que reúne diversos fatores, privados e públicos, os quais devem ser harmonizados.

Corroborando com isso, o estudo de Chaves e Flores (2014) identifica que a empresa não deve ser vista como mero instrumento para satisfação de interesses exclusivos de agentes racionais. A conduta da empresa não deve ser orientada apenas pelos aspectos de mercado, mas também a criação de valor compartilhado para todas as partes interessadas. Por fim, estudos autores destacam que a consolidação de um novo modo de estruturação da dinâmica das relações sociais poderá contribuir para atender o interesse dos *stakeholders*.

Por fim, o estudo de Homrich *et al.* (2015) realiza uma análise bibliométrica visando identificar o cenário mundial da literatura sobre criação do valor compartilhado e sua relação com a sustentabilidade no contexto social do conceito de triplebottom-line. O estudo realizou-se através do banco de dados ISI *Web of Knowledge*. Os softwares *Sitkis2.0* e *UCINET* (Versão 6.289) foram utilizados para tratamento dos dados. Os autores concluíram que existe uma tendência de expansão da abordagem que envolve o tema criação de valor compartilhado e sustentabilidade. Estados Unidos e Inglaterra apresentaram-se como o berço dessa literatura.



A tabela 2 apresenta o número de publicações por revistas, sendo que estão enquadradas dentro da linha de restrição que foi elaborada anteriormente para a confecção da metodologia exposta neste artigo, ou seja, artigos de revistas Qualis (B5 a A1) e encontros científicos (EnANPAD, 3E's e Semead).

Tabela 2

Publicações por periódico/autor/ano

Periódico	Extrato	Autor	Ano				
			2011	2012	2013	2014	2015
Pretexto	B2	Morais Neto, Pereira e Moriz		X			
Interfaces Científicas - Educação	B3	Chaves				X	
Revista Eletrônica Gestão e Saúde	B5	Homrich, De Carvalho, Laurindo E Saut					X
Desenvolve - Revista de Gestão do Unilasalle	B3	Oliveira, Damascena, Brambilla				X	
Scientia iuris	B3	Chaves e Flores				X	
XVII Semead		Comini, Fidelholc e Rodrigues				X	

Fonte: Elaborada pelos autores (2015).

Como bem pode ser observado, aparece na tabela 2, existe uma predominância de artigos publicados em revistas com extrato B3, ou seja, com três do total de publicações selecionadas. Evidencia-se que não foram localizados trabalhos publicados em periódicos com classificação A1 e A2, o que pode apontar para uma possível falta de confiança dos periódicos com maior estrato, acerca da perenidade do assunto, ou, tão somente, o nível dos trabalhos ainda não estão aprofundados ou consistentes para uma avaliação de um periódico com qualis mais alto.

Com disso, suscita-se uma questão relevante sobre o porquê do tema *Created Shared Value* ainda não consta nos principais periódicos de administração da Qualis-Capes. Faz-se necessário aflorar novos estudos, com o intuito abrir novas deliberações acerca da ausência de trabalhos publicados com o tema CSV nos periódicos melhores classificados de administração do Brasil.

A tabela 3 apresenta o vínculo institucional dos autores. Segundo Custódio, Machado e Gibson (2011), o artigo é a forma mais atual de abordagem sobre um tema. Diante dos dados da Tabela 3, em que estão relacionados os autores das publicações com CVC ou CSV e as Instituições de Ensino Superior [IES] de onde são provenientes, verifica-se que os autores são provenientes da região Sul e Sudeste, tendo houve uma concentração de publicações de autores oriundos da USP, com 7 autores.



Tabela 3

Vínculo institucional dos autores

Autores	Universidade de São Paulo (USP)	Universidade Católica (PUC- RS)	Universidade Santa Catarina (UFSC)	Federal de Rio dos Sinos (UNISINOS)	Universidade do Vale do Rio de Janeiro	Universidade Estadual
Morais Neto			X			
Pereira			X			
Moriz			X			
Chaves						X
Homrich	X					
De Carvalho	X					
Laurindo	X					
Saut	X					
Damascena		X				
Oliveira		X				
Brambilla					X	
Fidelholc	X					
Rodrigues	X					
Flores			X			
Comini	X					

Fonte: Elaborada pelos autores (2015).

4.1 Análise das entrevistas com os autores de CSV

Diante limitação de estudos sobre criação de valor compartilhado, surgiu a o questionamento que norteia a segunda etapa dessa pesquisa: qual o futuro das pesquisas sobre o criação de valor compartilhado no Brasil? Os autores identificados nesta pesquisa como pesquisadores nesta área foram contatados a fim de apresentar uma posição sobre o resultado obtido acerca do número de artigos que discorrem sobre o Created Shared Value ou Criação de Valor Compartilhado.

A primeira pergunta teve como resposta predominante entre os autores a falta de referencial teórico nacional e internacional. Para os autores, o tema é recente e ainda uma base teórica pouco fundamentada. Com o surgimento de novas pesquisas, as quais servirão para subsidiar construtos, acredita-se que novos pesquisadores irão se interessar por esta área de estudo.

De acordo com o autor A, pesquisas que não possuem um amplo referencial teórico ainda são pouco aceitas na academia e os autores que se arriscam a realizá-la correm o risco que esta pesquisa não seja reconhecida. Segundo o autor B, o referencial teórico ainda é pouco utilizado, em geral, por desconhecimento. Para ele, é possível que a sua replicação descortine novos horizontes.

Além disso, o autor C acrescentou que a proposição original tem muita relação com a visão norte-americana e contexto socioeconômico. A realidade, tanto de contexto quanto de práticas, no Brasil e na América Latina se difere dessas outras realidades, com particularidades específicas e dinâmicas. É preciso aterrissar esses conceitos e abordagens de acordo com o contexto.

Quanto ao interesse sobre a realização de pesquisas na área, as respostas foram todas positivas. O autor B destacou que este é um tema emergente da sociedade atual e que trata de um conceito complexo, dinâmico e, por vezes, etéreo. Ainda é um campo a ser explorado para identificar o possível caminho de implementação, forma e mensuração. Por isso, alguns autores ressaltaram a necessidade da realização de estudos empíricos que busquem entender o movimento que ocorre dentro das empresas que compactuam com o conceito de criação de valor compartilhado e quais são os mecanismos que elas adotam para gerar este valor.



Em geral, os autores demonstraram-se confiantes sobre a evolução das pesquisas envolvendo o tema CSV no Brasil, apesar de atualmente o número de artigos publicados no Brasil ainda encontrarem-se em um número muito diminuto.

5 Conclusões

A presente pesquisa investigou o comportamento atual e futuro das pesquisas sobre o tema Criação de Valor Compartilhado no Brasil. Para tanto, investigou os artigos publicados nas Revistas classificadas no Qualis B5 a A1 da Capes, EnANPAD, 3E's e Semead, no período de 2011 a 2015, e realizou uma pesquisa com os autores que realizaram pesquisas sobre o tema no Brasil.

Na primeira fase da pesquisa constatou-se pouca ocorrência de estudos relacionados a temática, somente que seis artigos foram publicados sobre o tema neste período. Os autores dessas seis pesquisas foram os seguintes: De Moraes Neto, Pereira, Moritz, Comini, Fidelholc, Rodrigues, De Oliveira, Damacena, Brambilla, Chaves, Flores, Homrich, De Carvalho, Laurindo e Saut.

Na segunda etapa da pesquisa, entrevistas com tais autores foram realizadas com o objetivo de identificar qual a percepção deles sobre o futuro das pesquisas sobre criação de valor compartilhado no Brasil. Para isto, foram enviados formulários eletrônicos. As respostas dos autores permitiram identificar constatar que a temática criação de valor compartilhado possui um amplo espaço na academia nacional.

Constata-se que as produções científicas sobre Criação de Valor Compartilhado têm sido pouco desenvolvidas no domínio nacional, sendo ainda grande parte das publicações de domínio internacional, o que demonstra que no Brasil a Criação do Valor Compartilhado é um assunto pouco abordado, ou seja, ainda demonstra ser muito tímido e de poucos casos de estudo.

Em geral, os autores acreditam que esta ainda é uma temática que precisa ser adaptada a nossa realidade e que, aos poucos, com o surgimento de novos estudos irá despertar a atenção de novos pesquisadores. Assim, a presente pesquisa conclui que, apesar da limitação de pesquisas até o momento, o caminho a ser percorrido por esta temática é bastante promissor.

Verifica-se que ainda não existe na literatura, internacional e nacional, mecanismos capazes de monitorar o progresso do investimento em projetos que buscam a criação de valor compartilhado. Pfitzer, Bockstette e Stamp (2013) destacam que ainda não existe um sistema universal para fazer isso. Eles apresentam os estudos que estão em andamento do International Accounting Standards Board Sustentabilidade e do Conselho Internacional de Relatórios Integrados como uma das possíveis soluções para essa falta de mensuração. No Brasil, a falta de pesquisa científica e as respostas enviadas pelos autores as entrevistas nesta pesquisa corroboram com essa afirmação.

Desta forma, entende-se essa falta de mecanismos de mensuração como uma dificuldade enfrentada para a disseminação do tema CSV no Brasil. Isso fica evidente nas entrevistas realizadas nesta pesquisa. Os autores destacam que a falta de referencial teórico dificulta a realização de pesquisas na área. A mensuração dos benefícios sociais ajuda as empresas a se expandir para novas áreas e justificar o investimento adicional. No entanto, fica evidente que os autores entendem que essa limitação será superada e demonstram interesse em realizar pesquisas nesta área.



Em contraponto a posição de Crane *et al.* (2014) os entrevistados entendem que o tema CSV é importante para a sociedade e para as empresas e que este não se confunde com o RSE. Além disso, percebem os investimentos em CVS como uma posição relevante da empresa na sociedade, representando práticas operacionais que aumentam a competitividade de uma empresa enquanto avança simultaneamente as condições econômicas e sociais nas comunidades em que atuam.

No que se refere às limitações desta pesquisa, pode-se citar os participantes da segunda etapa da pesquisa, visto que esta utilizou apenas dados coletados com autores que publicaram sobre o tema no Brasil e que somente seis responderam ao questionário enviado. Neste sentido, sugere-se pesquisar, autores de outras áreas, como por exemplo, CSR, com o intuito de identificar o interesse desses autores em publicar sobre CSV. Sugere-se, também, para futuros estudos, pesquisar em eventos e periódicos internacionais.

Referências

- Aranha, E. A., & Garcia, N. A. (2013). Responsabilidade Social Corporativa e Empreendedorismo: Evidências e fragilidades. *Revista Desenvolvimento em Questão*, 11(24).
- Araújo, C. A. A. (2007). Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. *Em Questão*, 12(1).
- Carrol, A. B. (1999). Corporate social responsibility. *Business & Society*, 38(3), 268-295.
- Carrol, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85-105.
- Chaves, V. F. (2014). A Empresa do Século XXI: Criando Valor Compartilhado em Tempos de um Capitalismo Consciente. *Revista Interfaces Científicas – Educação*, 15.
- Chaves, V. F., & Flores, N. C. (2014). Fenômeno empresa - dos interesses exclusivos privatistas aos institucionalistas publicistas: criando valor compartilhado. *Revista Scientia Iuris*, 18(1).
- Comini, G., Fidelholc, M., & Rodrigues, J. (2014, Outubro). Empresas B: Princípios e desafios do Movimento B Corp. *Anais do Semead*, São Paulo, SP, Brasil, 17.
- Crane, C., Palazzo, G., Spence, L. J., & Matten D. (2014). Contesting the value of Creating Shared Value. *California Management Review, Berkley*, 56(2), 130-153.
- Custódio, E. B., Machado, D. G., & Gibbon, A. R. O. (2011). Custeio Baseado em Atividades: Análise da Produção Científica, sob a perspectiva bibliométrica e sociométrica, do Congresso Brasileiro de Custos, no Período de 2006 a 2010. *Anais do Congresso Brasileiro de Custos*, São Leopoldo, RJ, Brasil, 18.
- Dahlsrud, A. (2008). How Corporate Social Responsibility is defined: an Analysis of 37 Definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15, 1-13.
- De Moraes Neto, S., Pereira, M. F., & De Oliveira Moritz, G. (2012). Novo Capitalismo: Criação de Valor Compartilhado e Responsabilidade Social Empresarial. *Revista Pretexto*, v. 13, n. 3, 2012.
- Drucker, P. (1993). *Sociedade Pós-Capitalista* (5a ed.). São Paulo: Pioneira.
- Elkington, J. (2011). Don't abandon CSR for creating shared value just yet. *The Guardian*. Recuperado em 19, maio, 2015, de <http://www.theguardian.com/sustainable->



business/sustainability-with-john-elkington/corporate-social-responsibility-creating-shared-value

- Fonseca, E. N. (Org.). (1986). *Bibliometria: teoria e prática*. São Paulo : EDUSP.
- Friedman, M. (1970). A Theoretical Framework for Monetary Analysis. *Journal of Political Economy*, 78(2), 193-238.
- Hart, S. & Prahalad, C. K. (2002, January). The fortune at the bottom of the pyramid. *Strategy Business*, 26, 54-67.
- Homrich, A. S., De Carvalho, M. M., & Laurindo, F. J. B. (2015). Sustentabilidade e backcasting: a abordagem participativa na criação de valor compartilhado – uma contribuição bibliométrica – simpep. *Revista Eletronica Gestão e Saúde*, 6.
- Moretti, S. L. A., Figueiredo, J. C. (2007). Análise bibliométrica da produção sobre responsabilidade social das empresas no EnANPAD: evidências de um discurso monológico. *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 31.
- Moretti, S. L. A., & Campanario, M. A. (2009). A produção intelectual brasileira em Responsabilidade Social Empresarial – RSE sob a ótica da bibliometria. *Revista de Administração Contemporânea*, 13, 68-86.
- Okoye, A. (2009). Theorising corporate social responsibility as an essentially contested concept: Is a definition necessary? *Journal of Business Ethics*, 89(4), 613-627.
- Oliveira, G., Damacena, C., & Brambilla, F. R. (2014). Cocriação como proposta para geração de valor: caso da empresa dental américa. *Desenvolve - Revista de Gestão do Unilasalle*, 3(2).
- Passador, C. S., Conopf, L., & Passador, J. L. (2005). Apontamentos sobre a responsabilidade social no EnANPAD: a construção de um conceito? *Anais do Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração*, Brasília, DF, Brasil, 29.
- Pfitzer, M., & Bockstette, V.; Stamp, M. (2013). Innovating for Shared Value. *Harvard Business Review*.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard business review*, 84(12), 78-92.
- Ribeiro, H. C. M., Costa, B. K., Muritiba, S. N., & De Oliveira Neto, G. C. (2012). Visão baseada em recursos: uma análise bibliométrica dos últimos 11 anos. *Revista de Ciências da Administração*, 14(34), 39-59.
- Richardson, R. J. (1999). *Pesquisa social: métodos e técnicas* (3a ed.). São Paulo: Atlas.
- Serpa, D. A., & Fourneau, L. F. (2007). Responsabilidade social corporativa: uma investigação sobre a percepção do consumidor. *Rev. de Adm. Contemp.*, 11(3).
- Sousa, P. F. B de., Lima, A. O., Nascimento, C. P. S. do., Peter, M. G. A., Machado, V. V. M., & Gomes, A. O. (2013). Desenvolvimento municipal e cumprimento da lei de responsabilidade fiscal: uma análise dos municípios brasileiros utilizando dados em painel. *Revista Evidenciação Contábil & Finanças*, 1(1), 58-70.
- Taneja, S. S., Taneja, P., & Gupta, R. K. (2011). Researches in Corporate Social Responsibility: A Review of Shifting Focus, Paradigms, and Methodologies. *Journal of Business Ethics*, 101, 343-364.