

**FUNDAÇÃO INSTITUTO CAPIXABA DE PESQUISA EM
CONTABILIDADE, ECONOMIA E FINANÇAS - FUCAPE**

JARBAS BARROS GOMES

SER COERENTE OU SER RESPONSÁVEL? Um estudo sobre as
relações entre Confiança e Responsabilidade Social Corporativa

VITÓRIA

2017

JARBAS BARROS GOMES

SER COERENTE OU SER RESPONSÁVEL? Um estudo sobre as
relações entre Confiança e Responsabilidade Social Corporativa

Dissertação apresentada ao Programa de Pós- Graduação em Administração de Empresas da Fundação Instituto Capixaba de Pesquisas em Contabilidade, Economia e Finanças (FUCAPE), como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Administração de Empresas.

Orientador: Prof. Dr. Emerson Wagner Mainardes

VITÓRIA
2017

RESUMO

Este estudo teve como objetivo verificar quais ações e/ou percepções da RSC influenciam a confiança na empresa, e se estas variáveis manteriam-se em cenários amplamente divergentes. Os cenários foram dois recortes temporais: antes e depois de um desastre ambiental cuja responsabilidade indireta foi atribuída à empresa estudada. Um questionário foi aplicado junto à 242 moradores da Grande Vitória para avaliação da empresa-alvo no contexto da RSC, cuja análise dos dados se deu pela técnica de modelagem de equações estruturais por mínimos quadrados parciais (PLS-SEM). Foi possível reconhecer, em ambos cenários, que RSC percebida e credibilidade influenciam positivamente a confiança na empresa de forma direta; enquanto a coerência e transparência da RSC influenciam a confiança na empresa de forma indireta. Foi percebido também que a reputação influenciou positivamente a confiança na empresa apenas no cenário anterior ao desastre. Os resultados indicam a consistência das relações entre os construtos frente ao contraste dos cenários a que foram expostos, com exceção a reputação – que mostrou-se condicionado à tranquilidade institucional da imagem da empresa.

Palavras-chave: RSC, Confiança, Coerência da RSC, Transparência da RSC, Reputação, Credibilidade.

ABSTRACT

This study aimed to verify which CSR actions and / or perceptions influence the trust, and if these variables would remain in widely divergent scenarios. The scenarios were two temporal cuts: before and after an environmental disaster whose indirect responsibility was attributed to the studied company. A questionnaire was applied to 242 residents of Vitória Metropolitan Region to evaluate the target company in the context of CSR, whose data analysis was evaluated through the modeling of partial least squares (PLS-SEM) structural equations. After validating the models, it was possible to recognize, in both scenarios, that perceived CSR and credibility positively influence trust in the firm directly; While the CSR's coherence and transparency indirectly influence trust in the firm. It was also noted that reputation positively influenced trust in the firm only in the pre-disaster setting. The results indicate the consistency of the relations between the constructs face to scenarios contrast to which they were exposed, with the exception of reputation - which was conditioned by the institutional calmness of the firm image.

Keywords: CSR, Trust, CSR's coherence, CSR's transparency, Reputation, Credibility.