

Desempenho Social das Empresas Listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)

Célia Maria Braga Carneiro

Doutora em Gestão de Empresas

Universidade Federal do Ceará

E-mail: celiabragac@hotmail.com

Mariana Pinheiro Aguiar

Graduada em Ciências Contábeis

Universidade Federal do Ceará

E-mail: marianapinhoeraquiar@gmail.com

RESUMO

O contexto de crise social e catástrofes ambientais no século XXI conduz as entidades a analisarem a importância nas relações éticas com os *stakeholders* e o compromisso com a sustentabilidade na estratégia empresarial. No presente estudo, a sustentabilidade é analisada na dimensão social sob a perspectiva da reputação corporativa, fundamentada na teoria da legitimidade. Atualmente, o mercado de capitais exige maior transparência sobre ações sustentáveis, e o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) se destaca na América Latina. Esta pesquisa tem por objetivo identificar o Nível de Desempenho Social (NDS) das empresas que compõem a carteira ISE em 2019. Trata-se de uma pesquisa descritiva, de natureza qualitativa e quantitativa, utilizando procedimentos bibliográfico e documental, com a aplicação das técnicas de análise descritiva, estatística descritiva e a Análise de Correspondência. A análise descritiva apontou comportamentos semelhantes nas empresas, sendo capazes de manter um relacionamento positivo com os diferentes segmentos da sociedade. A estatística descritiva apontou 15 empresas com NDS baixo, 12 com NDS médio e 24 com NDS alto. A ANACOR destaca os setores Bancos e Rodovias como NDS alto; no segmento Diversos, nível médio e Energia, nível baixo.

Palavras-chave: Desempenho Social. Sustentabilidade. Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE).

ABSTRACT

The context of social crisis and environmental catastrophes in the 21st century leads entities to analyze the importance of ethical relationships with stakeholders and the commitment to sustainability in business strategy. In the present study, sustainability is analyzed in the social dimension from the perspective of corporate reputation, based on the theory of legitimacy. Currently, the capital market demands greater transparency about sustainable actions, and the Corporate Sustainability Index (ISE) stands out in Latin America. This



Revista Paraense de Contabilidade © 2024 by Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Pará is licensed under CC BY 4.0. To view a copy of this license,

visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



HISTÓRICO: Recebido em: 12/12/2023. **Revisado por pares** em 20/03/2024. **Reformulado** em: 15/05/2024. **Aprovado em:** 11/06/2024. **Publicado em** 19/08/2024.

Editor Responsável: Marcia Athayde Moreira.

Processo de Avaliação: Double Blind Review – OJS.

Editado em português. Versão original em português.

research aims to identify the Social Performance Level (NDS) of the companies that make up the ISE portfolio in 2019. It is descriptive research, of a qualitative and quantitative nature, using bibliographic and documentary procedures, with the application of descriptive analysis, descriptive statistics and Correspondence Analysis. The descriptive analysis showed similar behaviors in companies, being able to maintain a positive relationship with different segments of society. The descriptive statistics showed 15 companies with low NDS, 12 with medium NDS and 24 with high NDS. ANACOR highlights the Banks and Highways sectors as high NDS, in the Miscellaneous segment, medium level and Energy, low level.

Keywords: Social Performance. Sustainability. Corporate Sustainability Index (ISE).

1 INTRODUÇÃO

O cenário mundial apresenta uma interação e interdependência crescentes entre as economias, do âmbito internacional ao local, por meio das tecnologias disponíveis para transações econômicas e ações sociais, fomentadas pelo acesso *online* à mídia. Portanto, nas organizações, a reputação corporativa vem sendo considerada um dos fatores relevantes na agregação de valor, propiciando um diferencial competitivo essencial em um ambiente globalizado de acirrada concorrência. A construção e a preservação de uma reputação corporativa estão diretamente associadas à gestão da sustentabilidade, considerada um elemento estratégico na valorização econômica das entidades, capaz de orientar investimentos e de desenvolver tecnologias aptas a manter o crescimento do negócio em longo prazo, suprimindo as necessidades atuais e futuras das gerações (Cardoso, 2013).

A implementação da Responsabilidade Social e Ambiental (RSA) em uma entidade exige uma postura ética da entidade que aprimorará a sua reputação por meio de uma evolução de indicadores que atendam as partes interessadas. Apesar da não obrigatoriedade da divulgação das práticas de RSA, algumas empresas vêm realizando, de forma voluntária, a divulgação contínua, utilizando indicadores internacionais e/ou nacionais que atendam o seu modelo de gestão. Dependendo dos *stakeholders* prioritários selecionados pelas empresas, estas podem também realizar auditoria externa nos seus Relatórios de Sustentabilidade com a finalidade de fidelizar e atrair novos investidores que lhes garantam lucratividade e continuidade. Portanto, é de grande relevância conhecer as práticas sociais e ambientais nos diversos setores em que atuam as empresas listadas no ISE, por ser referência no mercado de capitais brasileiro (Cardoso, 2013; Di Domenico et al., 2015).

O ISE foi criado em 2005, como uma ferramenta de análise de desempenho das empresas listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), sob o aspecto da sustentabilidade. O ISE permite uma avaliação do desempenho empresarial em sete dimensões: Econômico-financeira, Social, Ambiental, Geral, Mudanças Climáticas, Governança corporativa e Natureza do produto (Marcondes & Bacarji, 2010).

Por se tratar de um elemento essencial nas entidades, pela complexidade de avaliação e mensuração, e por atualmente ser uma dimensão que ainda tem muito a evoluir, o objeto de estudo desta pesquisa é a dimensão Social das empresas listadas no ISE, em 2019. A dimensão identifica a capacidade de relacionamento das companhias com

os seus colaboradores e os diversos segmentos da sociedade/comunidade que podem sofrer impacto com o exercício das suas atividades, com o objetivo de que todas as pessoas tenham condições humanas de boa qualidade para uma vida digna, conforme a Carta Magna de 1988.

Dessa forma, em sinergia com os direitos humanos serão analisados os critérios: condições de trabalho; respeito aos direitos humanos e aos direitos do consumidor; valorização da diversidade; combate à discriminação; atuação responsável positiva em cadeias de suprimentos e em territórios ou comunidades, influenciados pela companhia; e as práticas de transparência e diálogo com as partes interessadas (ISE, 2019). Portanto, define-se como problema de pesquisa: Qual a relação entre o Nível de Desempenho Social (NDS) e os segmentos econômicos das empresas listadas no ISE em 2019?

Para responder ao problema, a pesquisa tem como objetivo geral identificar o Nível de Desempenho Social (NDS) das empresas que compõem a carteira ISE em 2019. E, como objetivos específicos: i) contextualizar RSC no mercado de capitais; ii) apresentar a relação da Teoria da Legitimidade com o desempenho social das empresas; e iii) analisar o perfil social das empresas listadas no ISE, em 2019.

Metodologicamente, a pesquisa é descritiva, qualitativa e quantitativa, e tem como objeto de estudo a dimensão social das empresas listadas no ISE, na B3 S.A. (Bolsa, Brasil, Balcão), em 2019. Utiliza o método científico dedutivo, com fundamento na Teoria da Legitimidade. Os delineamentos bibliográfico e documental foram utilizados para a elaboração do referencial teórico e o estudo dos questionários da amostra. A coleta de dados foi realizada com a técnica de análise de conteúdo nos questionários do ISE publicados no *site* da B3, e para a análise de dados utilizou-se a análise descritiva para apresentar o perfil social das 51 empresas, e a estatística descritiva e a Análise de Correspondência (ANACOR) para analisar o Nível de Desempenho Social (NDS) das empresas, individualmente e por segmento econômico.

A pesquisa está estruturada em cinco seções. A primeira é a introdução, que apresenta o tema, o problema de pesquisa, o objetivo geral e os objetivos específicos do estudo. Na segunda seção, encontra-se o referencial teórico, tratando da Responsabilidade Social Corporativa e o mercado de capitais, e a sua relação com a Teoria da Legitimidade na divulgação da RSC, além de tratar de alguns estudos anteriores. A terceira seção trata sobre a metodologia adotada para a realização da pesquisa. A quarta apresenta a análise e a interpretação dos resultados. Por fim, a quinta seção, apresenta as conclusões.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e o Mercado de Capitais

A análise evolutiva mostra que a Filantropia deu origem à RSC. A primeira tem conceitos pré-estabelecidos desde o século XVIII, e a principal característica é a realização de ações sociais isoladamente, sem nenhuma relação com o modelo de gestão, a imagem da empresa e o seu planejamento estratégico, atuando em situações pontuais sem a finalidade de mudar realidades sociais, portanto sem um público definido. Quanto às discussões sobre Responsabilidade Social tiveram início na década de 70, no século XX, se referindo a ações vinculadas à estratégia empresarial que vêm se ampliando até os dias atuais (Carroll; Shabana, 2010; Santos, 2003).

Houve muitas tentativas para estabelecer uma definição ou conceito para a RSC. No entanto, os estudos sobre o tema ainda não chegaram a um consenso em relação ao seu conceito, definição e escopo. As partes essenciais para a definição de RSC incluem a comunidade, o meio ambiente, os direitos humanos e os direitos de colaboradores. Dessa forma, existe a forte influência dos *stakeholders*: investidores, consumidores, comunidade e empregados. Logo, a RSC cumpre o compromisso das empresas em contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável, estando diretamente associada à participação no mercado de capitais (Degenhart; Mazzuco; Klann, 2017).

Por ser mais abrangente, a definição a ser utilizada nesta pesquisa será a de Carroll (1979, p. 499), que conceitua: "A responsabilidade social dos negócios abrange as expectativas econômicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem das organizações em um determinado momento." (tradução livre).

O conceito de Responsabilidade Social do Instituto Ethos dá ênfase às relações éticas e à transparência. Está relacionada ao compromisso dos empresários, tratando diretamente da cultura empresarial, sendo conhecida como Responsabilidade Social Empresarial. Para o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), o exercício de responsabilidade é pautado pelo fornecimento de informações que sejam relevantes, acessíveis e exigíveis por colaboradores, a comunidade onde atua, os investidores e o governo. É norteado pela edificação de uma democracia inclusiva, política e, ao mesmo tempo, social, com relações e processos democráticos, justos e sustentáveis, considerando a perspectiva de que sejam garantidos à sociedade os direitos humanos, sem discriminações ou desigualdades. Dessa forma, a ênfase está na sociedade e no meio ambiente sendo nomeada por Responsabilidade Social Ambiental (Ibase, 2008; Instituto Ethos, 2007).

A motivação dos empresários para a gestão orientada pela Responsabilidade Social Corporativa advém do fato de acreditarem que empresas com práticas ambientais e sociais que divulgam essas informações sinalizam menor risco socioambiental e, conseqüentemente, menores custos regulatórios futuros. Logo, as empresas que fazem a divulgação de informações de Responsabilidade Socioambiental têm uma reação positiva do mercado de capitais. Alguns outros efeitos positivos da adoção de práticas de RSC seriam o aumento do valor da empresa, a construção de uma boa imagem e o fortalecimento da relação com os *stakeholders* (Degenhart; Mazzuco; Klann, 2017).

Entretanto, o debate teórico sobre Responsabilidade Social também apresenta visões antagônicas a respeito do impacto de desempenho socioambiental no resultado econômico da empresa. Há a ideia de que essas práticas apenas geram custos às empresas, que nunca terão os seus recursos investidos recuperados, representando desvios financeiros. Segundo Friedman (1970, p.126), "[...] existe uma e apenas uma responsabilidade social dos negócios - usar seus recursos e se envolver em atividades destinadas a aumentar seus lucros, desde que permaneçam dentro das regras do jogo, ou seja, se envolver em competição aberta e livre, sem engano ou fraude [...]" (tradução livre).

Entretanto, outros pesquisadores argumentam que o princípio de maximizar a riqueza dos acionistas não é o único interesse empresarial, é preciso pensar em colaboradores, clientes e público em geral porque contribuem para a geração de lucro. As empresas devem adotar medidas que garantirão a sua continuidade a longo prazo, adotando em seu modelo de gestão o conceito de Desenvolvimento Sustentável, aplicando

práticas de RSC, contribuindo para a Sustentabilidade, construindo uma imagem positiva para os *stakeholders*. (Carroll, 1991; Carroll; Shabana, 2010; Barakat et al., 2016).

Apesar do impasse de pesquisadores em relação aos resultados do impacto da RSC no desempenho econômico das empresas, é fato que o mercado de capitais está exigindo dos negócios mais ética e transparência nas suas ações, e compromisso com o desenvolvimento sustentável. As empresas devem gerar desenvolvimento econômico com desenvolvimento sustentável e, conseqüentemente, RSC (Carroll; Shabana, 2010; Barakat et al., 2016).

Por conseguinte, a construção de ferramentas, como índices e indicadores, para o acompanhamento do desempenho das empresas que adotam o modelo sustentável é muito relevante para conquistar novos investidores. Tendo em vista a falta de padronização, para a mensuração do desempenho sustentável das entidades, algumas bolsas de valores criaram índices específicos de sustentabilidade. A primeira foi a Bolsa de Valores de Nova Iorque que, em 1999, lançou o *Dow Jones Sustainability Index*. Em seguida, foi a Bolsa de Londres que, em 2001, disponibilizou o *FTSE4Good*. Logo após, a terceira foi a Bolsa de Johannesburgo, em 2004, com o *JSE SRI Index*. A quarta foi a Bolsa de Valores de São Paulo, atual B3, com o lançamento do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), em 2005 (Beato; Souza; Parisotto, 2009).

O ISE então surgiu como uma resposta à demanda do mercado brasileiro para adaptar-se aos padrões internacionais de mercados de capitais e está fundamentado em: eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa. Dessa forma, diferencia as empresas e os grupos econômicos comprometidos com a sustentabilidade em termos de qualidade, nível de compromisso com o desenvolvimento sustentável, equidade, transparência, prestação de contas, e natureza do produto. A avaliação do desempenho empresarial do ISE contempla sete dimensões e a dimensão social será o objeto de estudo desta pesquisa (Marcondes; Bacarji, 2010). O estudo da dimensão será realizado no questionário aplicado pelo ISE às empresas durante a seleção da carteira. A dimensão social é formada pelas subdimensões: política, gestão, desempenho e cumprimento legal contemplando a RSC das empresas com colaboradores, comunidade, sociedade e fornecedores.

2.2 A Reputação Corporativa e a Teoria da Legitimidade na Divulgação da RSC

A partir da constituição de uma boa imagem da empresa de que esta investe em ações que têm por objetivo intervir positivamente na qualidade de vida da comunidade, da sociedade e do meio ambiente, de forma que transmita confiança aos usuários da informação, sustenta-se a expectativa de compromisso ético nas suas operações. Portanto, as empresas precisam, além de praticar ações responsáveis em termos sociais e ambientais, evidenciá-las por meio de relatórios físicos e/ou eletrônicos, mostrando como estão investindo nas práticas sociais e ambientais e o quadro evolutivo de transformação socioambiental gerado (Macêdo et al., 2011; Cardoso, 2013).

A divulgação das práticas socioambientais pode favorecer os interesses de gestores e membros da administração, além de contribuir para melhoria da percepção da imagem institucional da empresa, pois demonstra respeito e preocupação com o meio ambiente e a comunidade em que estão inseridos. Neste contexto, destaca-se o conceito de reputação

corporativa, que se refere à capacidade de uma empresa atender as expectativas de vários *stakeholders* por meio de critérios socialmente construídos e legitimados, sendo representada pela imagem desejada e associada à empresa, assim como pela sua identidade, baseando-se na Teoria da Legitimidade (Macêdo et al., 2011; Cardoso, 2013).

Dessa forma, a divulgação das informações sociais e ambientais para algumas entidades consiste em uma forma de legitimar sua atividade, dando a conhecer suas práticas em matéria de responsabilidade socioambiental, tornando a atividade mais confiável (Eugênio, 2010). Contudo, a reputação corporativa é um produto do processo competitivo, onde a firma publica suas características diferenciais para o público (tanto interno como externo à empresa), visando assim o seu *status* moral e socioeconômico (Cardoso, 2013).

Portanto, as informações divulgadas no questionário da Dimensão Social do ISE tem muita importância, pois as companhias que estabelecem e mantêm um relacionamento positivo com os seus *stakeholders* serão mais bem aceitas pela sociedade/comunidade.

A seguir serão apresentados alguns estudos sobre o tema Responsabilidade Social e desempenho econômico, tanto no âmbito nacional, como no internacional, destacando-se estudos com empresas listadas no ISE.

2.3 Estudos Anteriores

No contexto internacional, as pesquisas sobre desempenho sustentável e econômico são recorrentes (Barakat et al., 2016). Nos Estados Unidos da América (EUA), Christmann (2000) realizou um estudo com o objetivo de verificar a relação entre as práticas de gerenciamento socioambiental e a redução de custos e as vantagens competitivas. A pesquisa foi realizada com 88 empresas químicas, em 2000, e mostrou que em geral as práticas de gestão ambiental não levam a uma vantagem de custo para todas as empresas.

King e Lenox (2001) investigaram 652 empresas americanas de manufatura durante o período de 1987 a 1996. Objetivavam descobrir se o desempenho socioambiental realmente levava a melhorias no desempenho econômico, ou se a relação observada seria resultado de algum outro atributo subjacente. Concluíram que existe associação entre menor poluição e maior valorização financeira, mas não puderam provar a causalidade.

Nos estudos nacionais, Barakat et al. (2016), com o objetivo de testar se empresas consideradas sustentáveis apresentam retornos financeiros superiores aos das demais empresas da Bolsa de Valores de São Paulo, analisaram as empresas presentes nas carteiras ISE de 2005 (ano de criação do índice) a 2015. Os resultados encontrados mostram evidências da superioridade da carteira do ISE sobre as demais empresas, no período observado. Entretanto, não se pode levar à conclusão de que empresas que adotam práticas de responsabilidade socioambiental apresentem desempenho econômico superior às empresas que não fazem usos dessas práticas.

Crisóstomo, Braga e Gomes (2018), analisaram a evolução da adesão e a permanência de 72 empresas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), da B3, no período de 2005 a 2015. Utilizando testes de diferença de proporções foi observado um crescente interesse das empresas brasileiras em estarem listadas no ISE e é significativa a proporção de empresas que optam por permitir a divulgação do conteúdo do seu questionário de candidatura, caso sejam aprovadas no processo.

Beato, Souza e Parisotto (2009), analisaram as empresas participantes do ISE de 2006 a 2008, com o objetivo de verificar a composição, a adesão e a rentabilidade dos índices em bolsas de valores, baseando-se no estudo do ISE da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). Obtiveram como resultado que a metodologia do ISE/Bovespa abrange três dimensões da Sustentabilidade e que apresenta rentabilidade superior aos índices tradicionais. No entanto, os resultados não indicam associação positiva entre empresas sustentáveis e aquelas com resultados superiores.

Machado, Machado e Corrar (2009), com o objetivo de comparar a rentabilidade média do ISE e a dos demais índices da BOVESPA, analisaram as empresas da carteira ISE no período de 2005 a 2007. Não chegaram à conclusão de que investimentos socialmente responsáveis apresentam maior retorno de investimentos do que as empresas que não adotam postura idêntica, mas obtiveram como resultado que o retorno médio dos índices é semelhante, pois um número relevante de empresas compõe, simultaneamente, mais de um índice.

Portanto, os estudos anteriores mostram uma corroboração de resultados ao analisar a relação entre desenvolvimento sustentável e econômico envolvendo os índices. Apesar de mostrarem não haver confirmação de relação entre as variáveis, nenhum estudo foi capaz de evidenciar o contrário, corroborando com o fato de que as empresas listadas em índices de sustentabilidade, em especial no ISE, apresentem vantagens estratégicas competitivas frente a outras que não os compõe, mesmo que em longo prazo.

3 METODOLOGIA

A pesquisa classifica-se como descritiva, pois apresenta como objetivo a descrição das características de determinada população, além de relacionar determinados fenômenos. A pesquisa visa descrever o perfil social das empresas listadas na carteira do ISE, em 2019 (GIL, 2019). Quanto à natureza do problema, a pesquisa é qualitativa e quantitativa, visa à compreensão dos significados dos eventos, utilizando-se de estatística descritiva e Análise de Correspondência (ANACOR) (Richardson et al., 2019).

Quanto aos delineamentos, a pesquisa se caracteriza como bibliográfica e documental. A pesquisa bibliográfica representa a discussão de materiais já interpretados e publicados em artigos científicos e livros. A pesquisa documental se diferencia da bibliográfica por se tratar de materiais ainda não abordados analiticamente, da análise de documentos escritos de fonte privada e uso público como é o caso do questionário ISE (Martins & Theóphilo, 2016).

A coleta de dados utilizou-se da técnica de análise de conteúdo nos questionários do ISE coletados no *site* da B3 em ago./2019 (ISE, 2019). O questionário ISE é composto por sete dimensões: Ambiental, Econômico-Financeira, Geral, Governança Corporativa, Mudança do Clima, Natureza e Social. O objeto em estudo é a dimensão Social, que se divide em quatro critérios: política, gestão, desempenho e cumprimento legal. Cada critério possui três indicadores.

A análise dos dados utiliza três técnicas: análise descritiva, evidenciando os resultados do estudo dos indicadores do questionário ISE; estatística descritiva, utilizando medidas estatísticas para o cálculo e a análise do Nível de Desempenho Social (NDS) das empresas; e a Análise de Correspondência (ANACOR), para estudar a relação entre as

variáveis qualitativas NDS e setor econômico, permitindo a visualização de suas associações, com uso do sistema SPSS 22 (Fávero et al., 2009).

Para a análise do Nível de Desempenho Social (NDS) das empresas listadas no ISE, em 2019, foi utilizado um *check list* com 18 perguntas do questionário ISE, que contemplam as quatro subdimensões e apresentam respostas binárias formatadas nas opções sim ou não. Estas respostas foram codificadas em 1 para as práticas sociais positivas e 0 para as práticas sociais negativas. Foram somados os critérios sociais positivos assumidos por cada empresa e dividido pelo total de questões (18) para identificar o índice NDS de cada empresa.

3.1 Definição da Amostra

Em 2019, o ISE possuía uma carteira com 30 companhias participantes de 13 setores da economia, somando R\$ 1,73 trilhão em valor de mercado, o que representa 48,66% do total do valor das companhias com ações negociadas na Bolsa, Brasil, Balcão (B3). As empresas que compunham a carteira do ISE em 2019 foram agrupadas em 4 setores: Bancos (4), Energia (21), Rodovias (13) e Setores Diversos (13), para o estudo.

A população do estudo compreende 30 empresas listadas no ISE, porém apenas 27 fazem parte da amostra, visto que não foram publicados os resultados para a dimensão Social de 3 empresas: Itaúsa, Vale e Fibria. Além das empresas *holding*, outras empresas (24) dos grupos econômicos também responderam os questionários. Portanto, a amostra totaliza 51 empresas.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 O Desempenho Social das Empresas Listadas no ISE em 2019

Sustentabilidade é a capacidade de sustentação de um processo ou sistema. Nas organizações essa sustentação é alcançada por meio do desenvolvimento sustentável. A sustentabilidade é o resultado da sinergia de três dimensões que precisam estar integradas entre si: a social, a ambiental e a econômica. A social se refere às pessoas e as suas condições de vida e trabalho.

O objeto de estudo da pesquisa contempla o conjunto de ações apresentadas na dimensão social das empresas listadas no ISE em 2019. Os *stakeholders* prioritários são: acionistas e investidores; colaboradores, incluindo trabalhadores terceirizados, estagiários e aprendizes; fornecedores; governo; consumidores/clientes; e comunidade/sociedade. Os dois primeiros grupos correspondem ao público interno das empresas, enquanto os demais são público externo.

4.1.1 Subdimensão Política

A primeira subdimensão a ser analisada nas empresas será a Política, que compreende os processos e os procedimentos que são formalizados em documentos para que a empresa alcance os seus objetivos sociais. É a forma da empresa atestar o compromisso com a comunidade/sociedade.

No questionário ISE, a subdimensão política possui 3 indicadores que contemplam 2 questões em cada um, as quais são codificadas, conforme Quadro 1.

Quadro 1

Dimensão social, Subdimensão política, Questionário ISE, Brasil, 2019

Subdimensão	Indicadores	Questões
Política	1. Compromisso com princípios e direitos fundamentais nas relações de trabalho	SOC. 1 e SOC.2
	2. Compromisso com a comunidade	SOC. 3 e SOC.4
	3. Respeito à privacidade, uso da informação e <i>marketing</i>	SOC. 5 e SOC.6

Fonte: Elaborado pelas autoras

Sintetizando a análise do Indicador 1, de compromisso com os princípios e os direitos fundamentais nas relações de trabalho, pode-se concluir que em sua maioria as empresas possuem compromisso formal com os temas identificados pelo ISE (Quadro 2), formalizando-os em seus documentos e adotando ações que os contemplem.

Quadro 2

Temas formalizados pelas empresas listadas no ISE, Brasil, 2019

Temas formalizados
Erradicação do trabalho infantil (TI) e do trabalho forçado ou compulsório (TF).
Combate à prática de discriminação em todas as suas formas (DI) e valorização da diversidade (DV).
Prevenção do assédio moral e do assédio sexual (AS).
Respeito a livre associação sindical e direito à negociação coletiva (LA).

Fonte: Elaborado pelas autoras

Além disso, utilizam as medidas de processo de ampla divulgação para a disseminação dos temas, buscando incluir as diversas partes interessadas. Entretanto, salienta-se que: a *Ligth* não orienta seu compromisso pertinente às relações de trabalho com base nos Princípios Orientadores sobre Empresas e Direitos Humanos da Organização das Nações Unidas (ONU) e apresenta acentuada deficiência na composição dos seus documentos; e a Duratex possui essa mesma deficiência na composição de seus documentos e na ampla divulgação de seus compromissos formais. As empresas priorizam acionistas e investidores (16 empresas), trabalhadores terceirizados (13 empresas), governo (13 empresas) e a sociedade civil organizada (13 empresas) como público das divulgações por meio de promoção de ações, seja de forma plena ou parcial.

Com a análise do Indicador 2 pode-se inferir que o perfil das empresas nesse quesito é bem similar. Todas as empresas possuem políticas que contemplam o tema de relacionamento com a comunidade e às disponibilizam na área de livre acesso do *website* da empresa, com exceção da *Ligth*. Destacam-se: a MRV e Telefônica por não adotarem nenhuma das diretrizes de gestão nas suas políticas de relacionamento com a comunidade local; a *Ligth*, por não disponibilizar sua política sobre relacionamento com a comunidade local em seu *website*; e o Itaú, por não disponibilizar sua política de Investimentos Sociais Privados (ISP) em seu *website*.

O Indicador 3, da mesma subdimensão, trata sobre o respeito à privacidade, uso da informação e *marketing*. A análise mostra que a maioria das empresas se comporta de forma semelhante. Da amostra, apenas 2 companhias (MRV e a Duratex) não têm política corporativa visando impedir que sejam utilizadas, de forma não previamente autorizada, as informações sobre clientes/consumidores ou outras partes com as quais se relaciona no curso de suas atividades usuais ou em seus esforços comerciais, visando preservar a privacidade do cliente/consumidor e do cidadão em geral. As demais, 49 empresas,

possuem esse tipo de política e algumas crescem orientações. Entretanto, vale destacar que a MRV e a Duratex são as únicas que não possuem política corporativa visando impedir que sejam utilizadas de forma não previamente autorizada as informações sobre cliente/consumidores ou outras partes com as quais se relaciona; e a Itaipú é a única que não possui política de autorregulagem no uso de instrumentos de *marketing* de suas atividades e produtos.

Conclui-se, a partir da análise da subdimensão política, que as empresas listadas no ISE apresentam em geral um padrão em relação aos compromissos formais, e a adoção de diretrizes, orientações e a comunicação, que valoriza o seu relacionamento com as partes interessadas em suas atividades, buscando formalizar os processos. Entretanto, algumas empresas são exceção, com destaque para Itaú, *Ligth*, Duratex e MRV.

4.1.2 Subdimensão Gestão

A subdimensão Gestão, que também possui 3 indicadores, de acordo com o Quadro 3, que compreende a aplicabilidade das políticas para as quais as empresas possuem compromisso formal, conforme subdimensão Política, através de processos e procedimentos.

Quadro 3

Dimensão social, Subdimensão gestão, Questionário ISE, Brasil, 2019

Subdimensões	Indicadores	Questões
Gestão	4. Aplicação dos compromissos com princípios e direitos fundamentais nas relações de trabalho	SOC.7 a SOC.17
	5. Relação com a comunidade	SOC.18 a SOC.21
	6. Relação com clientes e consumidores	SOC.22

Fonte: Elaborado pelas autoras.

Quanto à aplicação do indicador 4, pode-se concluir que dos temas de responsabilidade (Quadro 4) das empresas listadas no ISE, alguns se destacaram, tais como: erradicação do trabalho infantil e do trabalho forçado ou compulsório, e de prevenção do assédio moral e do assédio sexual. Já o tema em que as empresas menos investiram foi o de promover a equidade de tratamento e condições de trabalho entre empregados e trabalhadores terceirizados.

Quadro 4

Temas de responsabilidade das empresas listadas no ISE, 2019

Temas
Erradicação do trabalho infantil e do trabalho forçado ou compulsório.
Combate a prática de discriminação em todas as suas formas e valorização da diversidade.
Prevenção do assédio moral e do assédio sexual.
Respeito a livre associação sindical e direito à negociação coletiva.
Assegurar os direitos trabalhistas de funcionários diretos e trabalhadores terceirizados.
Prover o acesso dos funcionários, diretos e trabalhadores terceirizados, a atividades de educação e desenvolvimento, visando ampliar sua competência, empregabilidade e evolução pessoal ou profissional.
Promover a equidade de tratamento e condições de trabalho entre funcionários e trabalhadores terceirizados.

Praticar o diálogo com o público interno, incluindo funcionários diretos e trabalhadores terceirizados, acolhendo, registrando, respondendo e esclarecendo todas suas críticas e sugestões, atendendo-as quando cabível.

Fonte: Elaborado pelas autoras

Quanto às ações afirmativas de inclusão de grupos minoritários, o destaque foi para o grupo de pessoas com deficiência, com 44 companhias que possuem ações afirmativas. Quanto à população indígena, só é incluída em 2 empresas.

Visando a redução das desigualdades salariais entre os empregados, 15 empresas (Santander, Itaú, AES Tiete, Cemig Distribuição, Cemig Geração e Transmissão, Eletropaulo, MRV, Duratex, Braskem, Natura, B2W, Lojas Americanas, Cielo, Lojas Renner e Telefônica) não adotam nenhuma das medidas listadas pelo ISE, destacando-se negativamente o segmento de Setores Diversos. As demais, 36 empresas, adotam pelo menos uma das medidas indicadas no questionário do ISE.

A análise do Indicador 4 conclui que a carteira do ISE é referência quanto ao respeito aos acordos e negociações coletivas firmadas com organizações representativas dos trabalhadores.

De acordo com o indicador 5, na relação com a comunidade, apenas 20 companhias responderam não produzirem impactos negativos significativos sobre a comunidade local ao exercerem suas operações. As demais, 31 empresas, assumiram produzir esse tipo de impacto. Destaca-se que 48,4% das empresas que produzem impactos negativos para a comunidade são do segmento de Energia, enquanto 41,9% são do segmento de Rodovias e apenas 9,7% são do segmento Diversos.

O ato de assegurar à comunidade o acesso às informações sobre a atuação da empresa, seus impactos e quaisquer outros aspectos que possam ter efeito sobre a mesma com o objetivo de preparar as partes interessadas para o diálogo, é a ação mais praticada pelas empresas (30). Por outro lado, o mapeamento dos impactos negativos e as análises de risco para definir as prioridades estratégicas pela cadeia de valor só é realizado por 6 empresas.

Sobre os Investimentos Sociais Privados (ISP) das empresas que possuem a iniciativa, apenas seis (6) (Porto do Pecém Geração de Energia, Centrais Elétricas do Norte Brasil, Companhia de Geração Térmica de Energia, Eletrobrás Termonuclear, Itaipu e MRV) não os realizam com recursos disponibilizados por meio de incentivo fiscais. As demais empresas (44) que realizam ISP com recursos disponibilizados por meio de incentivos fiscais, adotam medidas para evitar que sua comunicação sobre o investimento realizado com recursos de incentivo fiscal (renúncia fiscal) seja compreendida pelo público como investimentos realizados com recursos próprios.

Analisando-se o Indicador 6, a relação com clientes e consumidores, constata-se que a maioria das empresas (31) dirigem seus produtos e serviços predominantemente para pessoas físicas (consumidores finais). As demais (20), os destinam a outras empresas, que os utilizam em processos produtivos. Deve-se destacar que destas 20, 15 são do segmento de energia.

As empresas que têm pessoas físicas como principais consumidores/clientes, apenas oito (8) não orientam seus profissionais de *marketing* e negócios quanto aos temas relacionados à valorização da diversidade de gênero, raça/cor e sexual. A finalidade dessa

orientação, que é feita por 23 empresas, é que todos sejam respeitados em ações de comunicação, propaganda e nos demais materiais da empresa.

Quanto à acessibilidade, apenas 2, a MRV e a B2W, ofertam seus produtos e/ou serviços em locais cuja estrutura não está de acordo com as normas prescritas nas leis e normativos. Nas demais (29), existe o atendimento a essas normas, mesmo que em 16 destas empresas o atendimento das normas seja apenas parcial, e em 13, o atendimento seja total.

Em relação às campanhas que visam promover a educação para a sustentabilidade de consumidores, apenas em 6 empresas (Bradesco, Santander, Concessionária da Linha 4 do Metrô de São Paulo, MRV, B2W e Lojas Americanas), não há a participação de entidades representativas de consumidores e/ou especializadas no tema em questão. Nas demais, 25 companhias, há essa participação representativa ou especializada.

A análise do Indicador 6 indica que independentemente do público consumidor/clientes de cada empresa, é importante a adoção de práticas de respeito a privacidade e uso consentido das informações, de práticas que visem atender a demanda dos consumidores e, além disso, a pesquisa de satisfação para saber da qualidade do produto ou serviço oferecido. Apesar do comportamento semelhante das empresas, Bradesco, MRV, B2W e Lojas Americanas não promovem a participação de entidades representativas de consumidores e/ou especializadas em campanhas que visam promover a educação para a sustentabilidade de consumidores; e não promovem a participação regular de seus grupos de consumidores ou entidades que representem no processo de avaliação dos impactos sociais de seus produtos e/ou serviços. A MRV e a B2W são as únicas que ofertam os seus produtos e/ou serviços em locais com estrutura de acessibilidade.

Da análise da subdimensão Gestão destaca-se o comportamento positivo das empresas listadas no ISE frente às políticas e os processos/procedimentos que visem aperfeiçoar o relacionamento das empresas com os seus *stakeholders*.

4.1.3 Subdimensão Desempenho

A subdimensão Desempenho, também possui 3 indicadores, conforme Quadro 5. É a subdimensão de mensuração, que visa analisar a eficiência dos processos e dos procedimentos referentes às políticas com as quais as empresas possuem compromisso formal para identificar as melhorias.

Quadro 5

Dimensão social, Subdimensão desempenho, Questionário ISE, Brasil, 2019

Subdimensões	Indicadores	Questões
Desempenho	7. Diversidade e equidade	SOC.23 a SOC.27
	8. Gestão de fornecedores	SOC.28 a SOC.30
	9. Resolução de demandas de clientes e consumidores	SOC.31

Fonte: Elaborado pelas autoras

A análise do Indicador 7, concluiu que as empresas precisam aprimorar os quesitos empregabilidade e equiparação salarial de grupos minoritários, em destaque os de mulheres e negros, e ainda existe grande diferença entre o maior salário e a média salarial dos demais empregados, o que indica uma concentração de renda. Quanto à maximização

do benefício social dos contratos de aprendizagem, as práticas estão bem estruturadas e representadas.

A análise do Indicador 8, gestão de fornecedores (SOC.28 a SOC.30), aponta que todas as empresas mantêm práticas de gestão de seus fornecedores sob o ponto de vista da sustentabilidade. Apenas as empresas: Banco do Brasil, Bandeirantes Energia, EDP, Espírito Santo Centrais Elétricas, Porto do Pecém Geração de Energia e Cielo possuem monitoramento e auditoria externa para mais de 75% dos seus fornecedores, considerando todos os temas de direitos humanos listados pelo ISE. Os temas mais exigidos pelas companhias são os de trabalho infantil e trabalho forçado ou compulsório.

A análise do indicador 9 concluiu que as empresas possuem bom desempenho em relação à resolução de demandas de clientes e consumidores, apresentando baixo percentual de reclamação quando comparado à quantidade de atendimentos.

Pode-se concluir com a análise da subdimensão Desempenho que em relação à diversidade e à equidade, ainda são necessários avanços na empregabilidade de grupos minoritários e na equidade de remuneração dos colaboradores, além de maior aderência às práticas que visam implementar um modelo de licença parental e maximizar o benefício social dos contratos de aprendizagem. Em termos da gestão de fornecedores é notória a participação de fornecedores críticos em atividades das companhias e é importante frisar a atenção que as empresas dão às práticas dos seus fornecedores em termos de direitos humanos. Destacam-se a disponibilidade de canais de comunicação para clientes e consumidores.

4.1.4 Subdimensão Cumprimento Legal

A quarta subdimensão, Cumprimento Legal, também possui 3 indicadores (Quadro 6) e trata das práticas de processos e procedimentos que gerem resultados para a empresa, e estejam de acordo com o cumprimento de leis e normas específicas.

Quadro 6

Dimensão social, Subdimensão cumprimento legal, Questionário ISE, Brasil, 2019

Subdimensões	Indicadores	Questões
Cumprimento Legal	10. Público interno	SOC.32 e SOC.33
	11. Clientes e consumidores	SOC.34
	12. Sociedade	SOC.35 a SOC.38

Fonte: Elaborado pelas autoras

A análise do indicador 10 evidencia que, as companhias não têm tanto respeito à legislação relativa à contratação de pessoas com deficiência. Quanto à legislação em relação à contratação de aprendizes é um ponto positivo, pois é encontrado em aproximadamente 70% da amostra. É importante destacar que 5 empresas não cumprem com nenhuma das duas legislações tratadas: Bandeirante Energia, Amazonas G&T, Centrais Elétricas do Norte, Ecocataratas e Fleury.

Ao examinar o indicador 11 conclui-se que em relação aos processos judiciais e administrativos decorrentes dos relacionamentos das companhias com os seus consumidores, as empresas que possuem outras empresas como clientes/consumidores apresentam proporcionalmente menos processos do que aquelas que têm pessoas físicas como cliente/consumidores.

Pode-se concluir com a análise do indicador 12, que em relação ao trabalho forçado ou compulsório e /ou trabalho infantil as empresas estão mais comprometidas legalmente do que em relação ao assédio moral e sexual e/ou discriminação.

Finaliza-se a análise da última subdimensão concluindo que as empresas precisam ter maior adesão aos critérios legais de contratação e à quantidade de processos judiciais e administrativos. O critério legal com maior adesão é em relação ao trabalho forçado ou compulsório e /ou trabalho infantil, já que apenas 2 empresas possuem processos em relação a esse tema.

4.2 Análise do Desempenho Social das Empresas por Segmento Econômico

A análise do Nível de Desempenho Social (NDS) apresenta na estatística descritiva a média de 0,8551. Na classificação da amostra, 24 empresas ficaram acima da média (4 pertencem ao segmento Bancos, 4 ao segmento de Energia, 12 ao segmento de Rodovias, e 4 ao segmento Diversos), enquanto 27 ficaram abaixo.

Para a Análise de Correspondência foi utilizada como referência para classificar o NDS a mediana (0,8333). A partir do cálculo dos percentis foi-se atribuído à variável Nível de Desempenho Social (NDS) 3 graus, de acordo com as seguintes categorias enquadradas conforme o intervalo de dados divididos pelos quartis: NDS do valor 0,6666 até 0,7777, grau 1 (baixo); acima de 0,7777 até o valor de 0,8333, grau 2 (médio); acima de 0,8333 até 1,0000, grau 3 (alto).

Destacam-se três empresas que apresentaram o maior NDS, adotando práticas sociais positivas para todos os temas: Bandeirante Energia, Espírito Santo Centrais Elétricas e Concessionária Ecovias dos Imigrantes. Enquanto 2, empresas possuem valor bem inferior às demais: Itaipú e Amazonas G&T.

A Análise de Correspondência (ANACOR) por setor resultou no Qui-quadrado $X^2 = 0,0000 < 0,05$ para as variáveis Níveis de Desempenho Social e setor econômico, o que comprova a relação entre as variáveis e padroniza as frequências, formando a base para as associações. Portanto, pode-se concluir que as 4 empresas do setor Bancos (4 empresas) possuem alto Nível de Desempenho Social, destacando-se o Banco do Brasil com o segundo melhor nível de desempenho. É importante ressaltar que não há equilíbrio entre o número de empresas em cada segmento econômico.

Quanto ao setor de Energia (21 empresas), apresentou o menor NDS, visto que apenas 4 empresas apresentam nível alto, enquanto 6 apresentam nível médio e 11 apresentam nível baixo. No entanto, neste setor encontram-se as 3 empresas com maiores níveis de desempenho (Bandeirante Energia, Espírito Santo Centrais Elétricas e Eletropaulo), e as 4 com menor nível de desempenho: Itaipú, Amazonas G&T, Companhia de Geração Térmica de Energia Elétrica e Eletrobrás Termonuclear.

O setor de Rodovias (13 empresas) apresenta 12 empresas em nível alto e apenas 1 em nível médio. Ressalta-se ainda, estar incluído neste setor a empresa com nível mais alto de desempenho social, a Concessionária Ecovias dos Imigrantes, obedecendo todos os requisitos de práticas sociais positivas.

Enquanto, o setor Diversos (13 empresas), tem um resultado equilibrado, apesar da diversidade, apresentando 4 empresas em nível alto, 5 em nível médio e 4 em nível baixo.

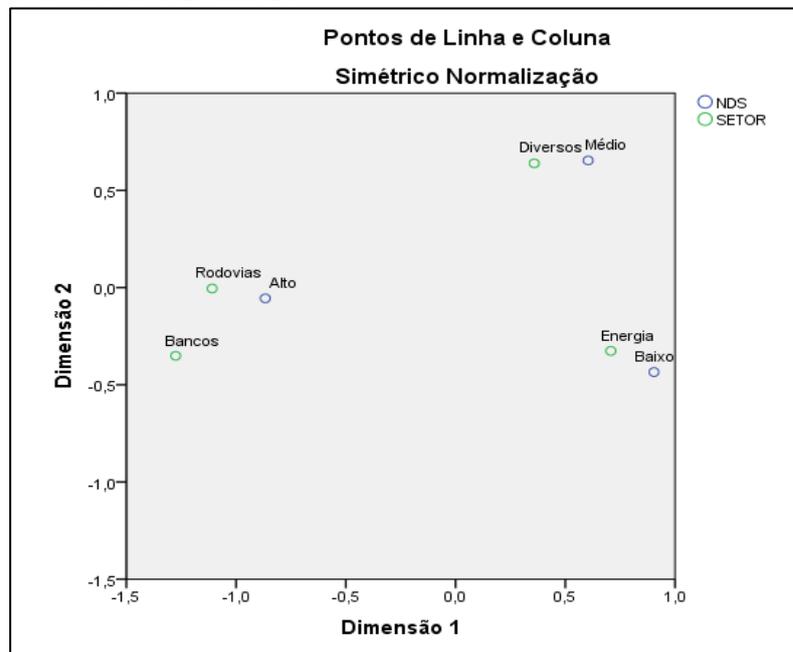
Porém, é importante destacar que as Lojas Americanas é umas das empresas que possui NDS mais baixo.

Por fim, a análise geral sugere que 24 empresas (47%) possuem Nível de Desempenho Social alto, 12 (24%) nível médio e 15 (29%) nível baixo. O número de empresas que possui nível baixo ainda é maior que as que possuem nível médio. Além disso, somando-se as empresas que possuem nível médio e baixo (27) é maior que o número de empresas que possuem nível alto (24). Conclui-se que, apesar das empresas listadas no ISE serem referência para o mercado, ainda têm que aprimorar a gestão da dimensão social.

O resultado da ANACOR no mapa perceptual destaca graficamente os setores Bancos e Rodovias como nível alto, Diversos como nível médio e Energia como nível baixo, conforme Gráfico 1.

Gráfico 1

Mapa perceptual para visualização da relação da variável Setor e da variável Nível de Desempenho Social (NDS) das empresas listadas no ISE em 2019



Fonte: SPSS 22.

A análise dos resultados por três técnicas metodológicas confirma as empresas que se destacaram positivamente ou negativamente no desempenho social.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da revisão de literatura realizada nesta pesquisa, verificou-se a importância das práticas de Responsabilidade Social (RS) e das suas formas de mensuração no contexto atual no ambiente corporativo. A Teoria da Legitimidade permite a percepção da relevância que os *stakeholders* atribuem às empresas que possuem a RS como estratégia empresarial, apesar de não haver cientificamente, em estudos anteriores, comprovação da relação entre o desempenho econômico e o desempenho sustentável, sendo estas práticas de grande importância para a reputação corporativa das empresas e, conseqüentemente, para a geração de valor para os seus *stakeholders* prioritários. Além disso, a utilidade e a

importância dos índices das bolsas de valores são crescentes no mercado de capitais, destacando-se o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) no Brasil, para a tomada de decisão de investidores e demais partes interessadas.

O desempenho social das empresas listadas no ISE foi analisado qualitativamente em quatro subdimensões do questionário: política, gestão, desempenho e cumprimento legal. Na primeira, foi constatado que as empresas apresentam um comportamento padrão em relação aos compromissos formais, à adoção de diretrizes e orientações e a comunicação que valoriza o seu relacionamento com as partes interessadas em suas atividades, buscando formalizar os processos. No entanto, existem empresas que precisam se aprimorar: Itaú, Ligth, Duratex e MRV.

Na segunda, Gestão, destaca-se o comportamento positivo das empresas listadas no ISE frente às políticas e os processos/procedimentos que visem aperfeiçoar o relacionamento das empresas com a comunidade, com os seus principais clientes/consumidores, os seus colaboradores, e as organizações representativas destes, valorizando a diversidade de seus diferentes públicos.

Na terceira subdimensão, o foco é no Desempenho em relação à diversidade e à equidade. Os resultados mostram que ainda são necessários avanços na empregabilidade de grupos minoritários e na equidade de remuneração dos colaboradores, além de maior aderência às práticas que visam implementar um modelo de licença parental e maximizar o benefício social dos contratos de aprendizagem. Na gestão de fornecedores é notória a participação de fornecedores críticos em atividades das companhias e é importante frisar a atenção que as empresas dão às práticas dos seus fornecedores em termos de direitos.

Na última subdimensão, cumprimento legal, constata-se que as empresas precisam ter maior adesão aos critérios legais de contratação e à quantidade de processos judiciais e administrativos. O critério legal com maior adesão é em relação ao trabalho forçado ou compulsório e /ou trabalho infantil.

A relevância da RS no mercado de capitais no Brasil é confirmada pelo interesse realizado pelas empresas brasileiras para participar do ISE. Analisando o desempenho da dimensão social das empresas que compõem a carteira ISE 2019 por meio do questionário, concluiu-se que o Nível de Desempenho Social das empresas da amostra se classifica em: 24 empresas com NDS alto, 12 com nível médio e 15 com nível baixo, confirmando a necessidade de aprimoramento da dimensão social das empresas listadas no ISE, haja vista que a carteira do ISE é referência para o mercado.

A principal limitação do estudo foi a alteração no questionário ISE do ano de 2018 para o ano de 2019, que impossibilitou o estudo comparativo das práticas sociais das empresas que compuseram o ISE nestes dois exercícios.

Para pesquisas futuras, sugere-se o estudo de outras dimensões do questionário ISE, visando traçar um perfil de práticas de responsabilidade socioambiental para empresas que pretendem ser referência no tema Sustentabilidade.

REFERÊNCIAS

- BARAKAT, S. et al. (2016). Associação entre desempenho econômico e índice de sustentabilidade empresarial da bolsa de valores de São Paulo. *Gestão e Regionalidade*, 32(95), p. 127-142.
- BEATO, R.; SOUZA, M.; PARISOTTO, I. (2009). Rentabilidade dos índices de sustentabilidade empresarial em bolsas de valores: um estudo do ISE/Bovespa. *RAI - Revista de Administração e Inovação*, 6(3), p. 108-127.
- CARDOSO, V. (2013). Reputação corporativa sob a ótica da sustentabilidade e desempenho superior e persistente de empresas de capital aberto. Dissertação (Mestrado em Ciências Administração e Controladoria) – Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ceará, Brasil.
- CARROLL, A. (1991). The pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), p. 39-48.
- CARROLL, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of Corporate Performance. *The Academy of Management Review*, 4(4), p. 497-505.
- CARROLL, A.; SHABANA, K. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), p. 85-105.
- CHRISTMANN, P. (2000). Effects of “best practices” of environmental management on cost advantage: the role of complementary assets. *Academy of Management Journal*, 43(4), p. 663-680.
- CRISÓSTOMO, V. L.; BRAGA, C.; GOMES, L. (2018) Analysis of the Evolution of the Adhesion of Firms to the Corporate Sustainability Index (ISE). *Revista de administração da UFSM*, 11, p. 721-743.
- DEGENHART, L.; MAZZUCO, M.; KLANN, R. (2017). Relevância das informações contábeis e a responsabilidade social corporativa de empresas brasileiras. *BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 14(3), p. 157-168.
- DI DOMENICO, D. et al. (2015). Práticas de responsabilidade socioambiental nas empresas de capital aberto de Santa Catarina listadas na BM&FBovespa. *Revista Catarinense de Ciência Contábil*, 14(42), p. 70-84.
- EUGÊNIO, T. (2010). Avanços na divulgação de informação social e ambiental pelas empresas e a Teoria da Legitimidade. *Revista Universo Contábil*, 6(1), p. 102-118.
- FÁVERO, Luiz Paulo, et al. (2009). *Análise de Dados: Modelagem multivariada para tomada de decisões*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- FRIEDMAN, M. "The Social Responsibility of Business Is to Increase its Profits," New York

Times, v. 13, p. 122-126, 1970.

GIL, Antônio Carlos. (2019) Métodos e técnicas de pesquisa social. 7.ed. São Paulo: Atlas/GEN.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS (Ibase). (2008) Balanço social. O desafio da transparência. Rio de Janeiro, Ibase.

INSTITUTO ETHOS. (2007) Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial. São Paulo, Instituto Ethos.

ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL (ISE). Sobre: Carteiras e Questionários. Disponível em: <<http://iseb3.com.br/carteiras-e-questionarios-1>>. Acesso em: 22 de agosto 2019.

KING, A. A.; LENOX, M. J. (2001). Does it really pay to be green? An empirical study of firm environment a land financial performance. *Journal of Industrial Ecology*, 5(1), p. 105-116.

MACÊDO, J. et al. (2011). Responsabilidade social e reputação corporativa: uma investigação sobre a percepção dos stakeholders numa concessionária de energia elétrica nordestina. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 5(11), p. 69-86.

MACHADO, M. R.; MACHADO, M. A. V.; CORRAR, L. J. (2009). Desempenho do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da Bolsa de Valores de São Paulo. *Universo Contábil*, 5(2), p. 24-38.

MARCONDES, Adalberto Wodianer; BACARJI, Celso Dobes. (2010). ISE: Sustentabilidade no mercado de capitais. 1. ed. São Paulo: Report Editora.

MARTINS, Gilberto de Andrade.; THEÓPHILO, Carlos Renato. (2016). Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas. 3 ed. São Paulo: Atlas.

MAZZIONI, S. et al. (2013). Análise dos indicadores de valor adicionado das empresas participantes do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e das demais empresas listadas na BM&FBovespa. *Contextus – Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 11(2), p. 159-180.

RICHARDSON, Roberto Jerry. et al. (2019). Pesquisa social: métodos e técnicas. 4 ed. Rev. Atual. E. Ampl. São Paulo: Atlas/GEN.

SANTOS, E. (2003). Responsabilidade social ou filantropia? *Revista Técnica da Sanepar*, 20(20), p. 18-27.