

Responsabilidade Social Empresarial como recurso competitivo: uma reflexão teórica

Quaider Omar Mattar UNIMEP (Universidade Metodista de Piracicaba) quaidermattar@yahoo.com.br
Carlos Antônio de Medeiros UNIMEP (Universidade Metodista de Piracicaba) medanto@yahoo.com.br
Maria Rita Pontes Assumpção UNIMEP (Universidade Metodista de Piracicaba) maralves@unimep.br

Resumo:

No atual mundo globalizado, caracterizado por diferenças sociais, econômicas e políticas, em um cenário altamente competitivo, a sociedade tem se apresentado mais consciente quanto à responsabilidade social das empresas. Devido à crescente pressão de diversos interessados para se tornarem responsáveis, as empresas buscam fazer com que suas operações reduzam seus impactos negativos sobre o meio ambiente, procurando a melhoria de sua imagem frente à sociedade. Desse modo, o conceito de Responsabilidade Social Empresarial tem sido adotado como mais um dos recursos estratégicos. A implementação de estratégias sociais e ambientais são favorecidas quando os gestores percebem que essas iniciativas podem ajudar as empresas a alcançar uma situação em que tanto o desempenho financeiro da empresa quanto a sociedade e meio ambiente são beneficiados. Na perspectiva de atuação na área de responsabilidade social e ambiental, as empresas podem relacionar as suas práticas com melhores níveis de desempenho financeiro e consequente ganho competitivo. Este artigo pretende contribuir para a compreensão do conceito de Responsabilidade Social Empresarial-RSE/ Responsabilidade Social Corporativa-RSC, como recurso estratégico. São apresentadas diversas definições, conceitos ou entendimentos de autores pesquisados, num contexto cronológico e descritivo. Além disso, são apresentados resultados da literatura focados na avaliação da correlação entre as práticas de sustentabilidade empresarial e responsabilidade social, e o desempenho financeiro.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial, Competitividade, Desempenho Financeiro, Estratégia, Práticas Sócio-Ambientais.

Corporate Social Responsibility as a competitive resource: a theoretical reflection

Abstract

In nowadays globalized world, characterized by social, economic and political differences, in a highly competitive scenario, the society has performed more aware concerning to business social responsibility. Due to increasing pressure of various stakeholders to become responsible, companies use to do the way, so that their operations reduce their negative impacts on the environment, looking for the improvement of its image front of society. Thus, the concept of Corporate Social Responsibility has been adopted as one more strategics resources. The implementation of social and environmental strategies are favored when managers realize that these initiatives can help companies

to achieve a situation in which as the company's financial performance as well society and environment are benefited. From the perspective of performance in the area of social and environmental responsibility, companies can connect their practice with better levels of financial performance and consequent competitive gain. This article intends to contribute to the understanding of the concept of Corporate Social Responsibility-CSR / Corporate Social Responsibility-CSR, as strategic resource. Several definitions, concepts or understandings of surveyed authors are presented in a chronological and descriptive context. Besides that, literature results are presented focused on the evaluation of the correlation between corporate sustainability practices and social responsibility, and financial performance.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Competitiveness, Financial Performance, Strategy, Socio-Environmental Practices

1. Introdução

Em consonância com as tendências mundiais, no Brasil, vem ocorrendo uma movimentação dos aportes financeiros para empresas socialmente responsáveis. O interesse pelo tema destaca-se pela quantidade de estudos, bem como o interesse da mídia, de empresários e governo, relacionados a esta questão e também a questões ambientais. A gestão empresarial focada na responsabilidade social está associada com a postura ética e preocupação social ambiental. Em contrapartida, as empresas recebem incentivo como, prêmios e selos concedidos pelos Estados e órgãos não governamentais, pela divulgação das ações provenientes desta gestão focada, principalmente por meio da divulgação do Balanço Ambiental e Social (REIS 2009).

As empresas enfrentam pressão crescente de diversos interessados para se tornarem responsáveis socialmente e mais verdes com a consequente redução de seus impactos negativos sobre a sociedade e o meio ambiente. A responsabilidade social em geral e gestão ambiental em particular, estão se tornando partes integrantes das atividades das corporações, com forte relação entre estes aspectos e desempenho financeiro. Pela teoria dos stakeholders, os objetivos sociais e econômicos de uma empresa, além de questão central para sua sobrevivência, devem responder a expectativas das demais partes interessadas, tais como investidores, empregados, governos, comunidade, fornecedores e clientes. A implementação de estratégias sociais e ambientais serão favorecidas quando os gestores percebem que essas iniciativas podem ajudar as empresas a alcançar uma situação em que tanto a empresa, em seu desempenho financeiro, quanto a sociedade e o meio ambiente serão beneficiados (YU 2009).

Inúmeros são os motivos que impulsionam as empresas buscarem a adesão às práticas de sustentabilidade empresarial e responsabilidade social. Porém nem todas as razões são assumidas publicamente. Diante disso foram criadas medidas para avaliar a valorização das ações de empresas que investem nestas práticas, que são os índices de sustentabilidade (REIS, 2009).

Existe uma tendência mundial dos investidores procurarem empresas socialmente responsáveis, sustentáveis e rentáveis para aplicar seus recursos e tais empresas geram valor para o acionista em longo prazo (STROBEL 2004). No Brasil, a Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA) em parceria com algumas instituições decidiu pela criação de um índice de ações que pudesse referenciar os investimentos nestas empresas. O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) foi criado a partir de dezembro de 2005 para refletir o retorno de uma carteira formada por empresas comprometidas com o desenvolvimento

sustentável e responsabilidade social. A carteira do ISE anunciada em novembro de 2011 pela BOVESPA para vigorar em 2012, reuniu 51 ações de 31 empresas de 18 setores industriais.

Este trabalho apresenta resultados de revisão na literatura para identificar e examinar variáveis associadas a Responsabilidade Social Empresarial e sua correlação com o desempenho financeiro da empresa.

Foi realizada uma pesquisa de artigos publicados em alguns meios de comunicação científica tomando como referência primária, plataformas de buscas e a base de dados fornecida pelo Portal Periódicos da Capes. Inicialmente foram escolhidas as palavras chaves e a partir de artigos detectados, foram realizadas leituras prévias em revistas sugeridos pelas buscas iniciais.

2. Responsabilidade Social Empresarial – definição e consideração como recurso competitivo

Desde a década de 50, tem ocorrido um crescente interesse, conscientização e discussões sobre a Responsabilidade Social Empresarial (RSE), associada, intencionalmente ou não, à Estratégia Empresarial (CARROLL, 1999). Bowen, em 1953, inicia o debate sobre considerar RSE como recurso competitivo com o seguinte questionamento: “Quais responsabilidades devem ser esperadas que os homens de negócios assumam para com a sociedade?” Sua definição relaciona RSE a políticas, decisões e/ou linhas de ação desejáveis em termos de objetivos e valores da sociedade (BORGER, 2001).

Na década de 1960, a definição de RSE expandiu-se e assumiu contornos mais claros. É desta época que surgem os primeiros relatórios sociais (TINOCO, 2009). Os Relatórios Sociais comunicam e mensuram as ações da empresa relativas à suas práticas em Responsabilidade Social Corporativa (RSC), demonstrando sua preocupação com as pessoas e a vida no planeta, ou seja, dá transparência às atividades e esforços das companhias direcionados à qualidade de vida das pessoas, construindo maior vínculo entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente (CONCEIÇÃO, 2011).

Na década de 1970, o termo RSE começou a ser utilizado para avaliar o desempenho social corporativo. Drucker (1984), na década de 1980, sugere que os negócios poderiam converter responsabilidades sociais em oportunidades de negócio. Temas alternativos continuaram surgindo no campo da RSE, na década de 1990, como desempenho social corporativo, Teoria dos *Stakeholders*, teoria ética dos negócios e cidadania corporativa (BORGER, 2001). Em 2000, estudos empíricos que tratam da relação entre desempenho social e financeiro corporativos conquistaram espaço ainda maior (SANTANA, 2006). A RSE/RSC considerada como recurso estratégico está associada à imagem, credibilidade, transparência e ética, além de resultados financeiros.

Carroll (1979) definiu RSE como o desempenho corporativo em quatro categorias de responsabilidade: econômica (desempenho); legal (contrato social entre a empresa e a sociedade); ética (atendimento a leis e regulamentações) e discricionárias / filantrópicas (contribuições de natureza voluntária por parte das empresas).

A teoria dos stakeholders define Responsabilidade Social Empresarial – RSE, como as obrigações para com a sociedade ou, mais especificamente, com os seus stakeholders, ou seja, aqueles afetados pelas políticas e práticas corporativas (SMITH, 2003).

No Brasil, o conceito de Responsabilidade Social Empresarial, segundo Fischer (2003), aparece associado às iniciativas empresariais de intervenção social, ou de apoio a projetos, programas voltados à ação social, observando que muitas empresas preocupam-se com sua atuação social por meio de ações e programas de intervenção, motivadas pela percepção

crescente de que o exercício da Responsabilidade Social pode trazer retornos (SANTANA, 2006). Fischer (2003) destaca que [...] a Responsabilidade Social é tomada como um conceito amplo, no qual a empresa, preservando seus compromissos de negócio, cria métodos, planos e incentivos, para que, interna e externamente, consiga colaborar com as expectativas de equilíbrio e justiça da sociedade, podendo extrapolar as funções que estão estabelecidas em lei e os próprios interesses inerentes aos seus negócios. Jones (1980) analisa desempenho social corporativo e seu relacionamento com o desempenho financeiro (SANTANA, 2006).

Segundo Iudícibus (2000), o Balanço Social busca prestar contas pelo uso do patrimônio dos recursos naturais e humanos. Estes relatórios são as principais ferramentas para que os usuários verifiquem como estão sendo utilizados e aplicados esses recursos, reforçando a imagem e cumprindo sua função sócio-ambiental. A divulgação dessas informações pode trazer benefícios para as empresas, tais como a atração de investidores socialmente responsáveis, aumento do preço das ações e redução do custo de capital (MURCIA, 2009). A publicação das informações sociais pode ser definida como sendo uma prestação de contas à sociedade, proposta pela empresa, quanto ao uso dos recursos naturais e humanos utilizados para manutenção plena de sua atividade empresarial.

Tinoco (2009) sustenta que os primeiros relatórios sociais surgiram quando trabalhadores, especialmente da Europa e Estados Unidos da América, passaram a fazer exigências às organizações no sentido de obterem informações relativas a seu desempenho econômico e social (especialmente àquelas relativas a emprego). O amadurecimento dessas discussões, a perspectiva da responsabilidade social corporativa, acabou por resultar na implantação de práticas de evidenciação social corporativa, na França, a partir de 1977, que delimitava seu escopo basicamente em informações relativas a recursos humanos.

Segundo Iudícibus (2001), os relatórios sociais contêm dados, os quais permitem identificar o perfil da atuação social da empresa durante determinado período, a qualidade de suas relações com os empregados, a participação dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente. “Independente de sua formatação, os Relatórios Sociais devem ter por objetivo demonstrar o resultado da interação da empresa com o meio em que está inserida, ressaltando-se os aspectos de recursos humanos, contribuição para o desenvolvimento econômico e social, sustentabilidade ambiental, e contribuições para a cidadania” (RIBEIRO, 2004). De acordo com Kotler (2000), existe uma exigência cada vez maior da sociedade, no sentido de que as empresas se responsabilizem pelo impacto social e ambiental de suas atividades. Meadows (1998) afirma que a utilização de indicadores é uma maneira intuitiva de monitorar complexos sistemas que a sociedade considera importantes e que sejam necessários controlar.

Desse modo, entende-se RSE como recurso competitivo como sendo o envolvimento de ações e participação dos stakeholders na definição de políticas, diretrizes, atividades e ações a serem implementadas pela organização. Consideram-se ações que definem uma empresa como responsável socialmente: Relações com os sindicatos; Gestão participativa; Compromisso com o futuro das crianças; Compromisso com o desenvolvimento infantil; Valorização da diversidade e promoção da equidade racial e de gênero; Compromisso da empresa com a equidade e não discriminação racial; Compromisso da empresa com a promoção da equidade de gênero; Relações com trabalhadores terceirizados; Política de Remuneração, benefícios e carreira; Cuidados com a saúde, segurança e condições de trabalho; Compromisso com o desenvolvimento profissional e a empregabilidade; Comportamento frente a demissões; Preparo para a aposentadoria; Erradicação do trabalho infantil na cadeia produtiva; Erradicação do trabalho forçado (ou análogo ao escravo) na cadeia produtiva; Relações com

organizações locais; Financiamento da ação social; Envolvimento da empresa com a ação social; Contribuições para campanhas políticas; Construção da cidadania pelas empresas; Práticas anticorrupção e de não uso de propina; Liderança e influência social; Participação em projetos sociais governamentais.

2.1 Responsabilidade Social Empresarial e Sustentabilidade Ambiental

Desenvolvimento sustentável decorre de um processo longo e contínuo de reavaliação das relações entre sociedade com seu meio natural, sendo que o progresso nesta direção envolve as organizações, as comunidades e os indivíduos em várias abordagens e concepções (BELLEN, 2005). A natureza mutável do ambiente de negócios criou uma demanda para as empresas reconhecerem suas responsabilidades e ajudar a resolver importantes problemas sociais. Entre as diversas compreensões de responsabilidade social empresarial encontrada na literatura pesquisada, destacam: envolvimento com a comunidade, preocupações com funcionários, conservação de energia, redução de resíduos e da poluição, segurança dos produtos e outras questões associadas ao meio ambiente.

Valorizar questões ambientais no planejamento surge como um novo enfoque e divide espaço com o aspecto econômico antes preponderante, recebendo tratamento no sentido amplo de desenvolvimento sustentável e bem estar igualitário, associando os recursos naturais nas dimensões inter e intra temporal e as metas de crescimento com redução dos efeitos nocivos ao meio ambiente (STROBEL, 2004). A dimensão inter-temporal diz respeito aos esforços para permitir que gerações futuras tenham os mesmos recursos e qualidade semelhante à atual; a dimensão intra-temporal procura estabelecer que os custos da degradação ambiental sejam pagos por quem os geram, compensando ou evitando a perda de bem-estar dos usuários não beneficiados por este capital natural (SEROA DA MOTTA, 1998 *apud* MASULLO, 2004).

Para Yu (2009) a gestão verde é uma questão-chave no campo da gestão ambiental, sendo a ética empresarial, responsabilidade social e gestão ambiental especificamente considerada pelos gestores em suas decisões para garantir o sucesso econômico sustentável. Este compromisso com o ambiente tornou-se uma questão estratégica dentro dos atuais cenários competitivos. Alguns autores sugerem que a gestão ambiental pode ser uma ferramenta, que ajuda as organizações a melhorarem a sua competitividade, enquanto existem outros que questionam o otimismo dos defensores do meio ambiente.

De acordo com Mir (2011) as preocupações sobre a gestão eficaz do Ecossistema se intensificaram na última década, ocupando lugar central nas discussões de líderes políticos e empresariais. Uma das considerações importantes na tentativa global de preservação do Ecossistema tem sido o impacto potencial do esforço sobre o desempenho financeiro corporativo.

Para Adams (2004), grandes esforços têm sido feitos para examinar os motivos que levam as empresas a relatarem suas iniciativas, dada a rapidez com que o campo da comunicação ética, social e ambiental continua a desenvolver em nível internacional e dadas as mudanças no contexto social, político e tecnológico em que estes desenvolvimentos estão ocorrendo. Além disso, uma empresa que mostra boas iniciativas ambientais, muito provavelmente, adquirirão uma reputação ecológica (MILES, 2000). As empresas que adotam estratégias ambientais pró-ativas podem se beneficiar de preços premium e aumento das vendas por causa da legitimidade no mercado e maior aprovação social. Essa aprovação pode permitir que as organizações ambientalmente conscientes comercializem seus produtos, de modo diferenciado de seus concorrentes (RIVERA, 2002).

3. Responsabilidade Social Empresarial e Desempenho Financeiro

Brian (2010) analisou o valor de desempenho ambiental medindo a reação do mercado de ações associados com anúncios de desempenho ambiental. Analisou a reação de mercado em duas categorias: Anúncios Ambientais Corporativos que forneceram informações sobre auto relatos das empresas para compensar os impactos ambientais dos produtos, serviços ou processo da empresa e Anúncios de Prêmios e Certificações Ambientais que forneceram informações sobre reconhecimento de terceiros especificamente para o desempenho ambiental. Conclui-se que o mercado reagiu de forma significativa para os dois casos.

O valor para os acionistas da atuação em questões ambientais de uma empresa são relacionando com a reação do mercado de ações aos anuncios de Iniciativas Ambientais Corporativas (CEIs) e dos Prêmios e Certificações Ambientais (EACs) (JACOBS, 2010). Entre 2004 e 2006, foram examinados, 417 anúncios de CEIs que forneceram informações de auto-avaliações sobre esforços das empresas para evitar, mitigar ou compensar os impactos ambientais de seus produtos, serviços ou processos e 363 anúncios de EACs que forneceram informações sobre reconhecimento por terceiros das atuações ambientais. Levantou-se as hipóteses do impacto da atuação ambiental no desempenho financeiro, bem como a comparação dos efeitos positivos de anuncios de CEIs e EACs.

Adams (2004) avaliou em detalhes o quanto os relatórios corporativos sobre questões éticas, sociais e ambientais refletem no desempenho de uma empresa entre os anos de 1993 e 1999, considerando o respeito a seus stakeholders. Dois resultados diferentes levaram à conclusão de que, na empresa os relatórios não demonstram um alto nível de responsabilidade para com principais grupos de interessados em questões éticas, sociais e ambientais. O artigo também avaliou o potencial das normas recentes ou orientações desenvolvidas pela Global Reporting Initiative (GRI) e do Instituto de Responsabilidade Social e Ética (Accountability), bem como das indústrias de "manejo responsável" com iniciativa própria para melhorar a responsabilidade corporativa. As conclusões apontam para a necessidade de outras iniciativas para melhorar a prestação de contas e orientações de notificação obrigatória, diretrizes de auditorias, requisito obrigatório para empresas multinacionais com mudança radical dos sistemas de governança corporativa.

Yu (2009) verificou a existência de ligação entre os efeitos ambientais e o desempenho financeiro, considerando as divulgações dos esforços ambientais e a relação positiva entre o desempenho ambiental e financeiro. Por esta pesquisa empírica com tratamento estatístico verificou-se ligação entre pro-atividade ambiental e desempenho da empresa, embora com grande variação nos resultados. Alguns trabalhos encontram uma relação positiva, mas outros não identificaram impacto positivo de pro-atividade ambiental no desempenho financeiro. O artigo trouxe uma contribuição ao debate sobre as razões para implementar estratégias ambientais. A ligação do desempenho financeiro com gestão verde e considerações sobre ética e responsabilidade social como parte integrante do negócio faz com que os tomadores de decisão percebam que a implementação de estratégias pro-ativas e iniciativas ambientais de prevenção da poluição podem ajudar as empresas alcançar maior valor junto aos seus clientes e investidores.

Mir (2011) forneceu uma análise das partes interessadas nas estratégias de gestão ambiental, consideradas como função de desempenho bidimensional (econômico e ambiental) de empresa de energia australiana que busca a excelência ambiental. Ao contrário de grande parte dos estudos positivistas dominantes que procuram uma associação entre o desempenho ambiental e financeiro, este trabalho teve como objetivo obter uma compreensão mais profunda de como as preocupações ambientais são tratadas e como os resultados de desempenho ambiental e econômico são alcançados. O artigo explora a forma como a

organização pesquisada controla internamente, monitora e incute disciplina para garantir que suas iniciativas ambientais produzam o resultado desejado. O estudo foi baseado em vários indicadores de desempenho financeiro em um período de análise e considerou também a valoração de reguladores independentes para análise das ações de sustentabilidade ambiental da empresa.

Silva (2006) propôs uma avaliação empírica para verificar a influência da sustentabilidade no custo de capital próprio de empresas de capital aberto no mercado brasileiro. Neste trabalho foi considerado a participação no ISE como padrão de excelência em sustentabilidade, adotando o modelo de *Capital Asset Pricing Model* (CAPM). Este modelo avalia o custo de capital próprio e medidas de risco. Uma averiguação da rentabilidade média do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) comparada com os demais índices da BOVESPA foi realizado por Reis (2009), com uso de testes paramétrico e não-paramétricos. Os índices comparados com o ISE foram: Índice Brasil 50 (IBrX 50), Índice Brasil (IBrX), Índice Setorial de Telecomunicações (ITEL), Índice de Energia Elétrica (IEE), Índice do Setor Industrial (INDX), Índice Valor Bovespa (IVBX-2), Índice de Ações com Governança Corporativa Diferenciada (IGC), Índice de Ações com *TagAlong* Diferenciado (ITAG).

4. Considerações Finais

Este trabalho apresentou o conceito de Responsabilidade Social Corporativa ou Empresarial, argumentando sobre sua importância como recurso competitivo. Verificou-se a existência de diversos conceitos sobre sustentabilidade empresarial e responsabilidade social e diferenças nas aplicações pelas empresas, destacando a diversidade de elementos focos: acionistas, funcionários, clientes, fornecedores, consumidores, governos e outros.

Os resultados apresentados sugerem que uma empresa socialmente responsável não necessariamente recebe diretamente os benefícios de seus esforços, podendo, porém melhorar a sua imagem e atrair funcionários mais talentosos, clientes com maior consciência sobre a sustentabilidade ambiental e investidores que valorizam estes esforços. Pode ser inferido que as empresas devem ser incentivadas a seguir a direção da sustentabilidade ambiental, pois o impacto financeiro associado a riscos ambientais pode ser reduzido. Assim, é fundamental a identificação de quais investimentos reduzem mais os riscos ambientais.

Como citado por Silva (2006), o conceito de desenvolvimento sustentável é reavaliado constantemente pela sociedade confrontando o crescimento econômico e a atenção dada ao meio ambiente. Em contrapartida, as empresas buscam o ponto de equilíbrio entre o que é viável em termos econômicos e o que é ecologicamente sustentável e socialmente desejável.

O foco na sustentabilidade e responsabilidade social é utilizado como um diferencial competitivo, porém as empresas assumem estas práticas chamando a participação da sociedade e consequentemente compartilhando as necessidades e obrigatoriedade.

Referências

ADAMS, C. A. *The Ethical, Social and Environmental Reporting-Performance Portrayal Gap*. Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 17, p. 731-757, 2004.

ARAS, G.; AYBARS, A.; KUTLU, O. *Managing Corporate Performance: Investigating the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance in Emerging Markets*. International Journal of Productivity and Performance Management. Vol. 59, Iss: 3, p. 229-254, 2010.

BELLEN, H. M. V. *Indicadores de Sustentabilidade: Uma Análise Comparativa*. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 253 p. 2005.

BORGER, F. G. *Responsabilidade Social: Efeitos da Atuação Social na Dinâmica Empresarial* [online]. São Paulo: Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 2001. Tese de

Doutorado em Administração. [acesso 2012-09-15]. Disponível em:
<<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-04022002-105347/>>.

BOVESPA: Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/Pdf/Indices/ISE.pdf>>. Acesso em Junho 2012.

BOWEN, H. R. *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row, 1953.

BRIAN W. J.; VINOD R. S. R. S. *An Empirical Investigation of Environmental Performance and the Market Value of the Firm*. Journal of Operations Management, Vol. 28, p. 430-441, 2010.

CARROLL, A. B. *Corporate Social Responsibility*. Business and Society. Chicago, Vol. 38, n. 3, p. 268-295, Sept. 1999.

CONCEIÇÃO, S. H. D.; BRITO, S. F.; SILVA, A. G. M.; BAQUEIRO, G. B. *Nível de Comunicação e Fatores Determinantes no Disclosure Voluntário em Responsabilidade Social Corporativa (RSC): Um Estudo com Companhias do Segmento de Energia Elétrica Listadas na Bovespa. 8º Congresso USP de Iniciação Científica em Contabilidade - São Paulo/SP: 28 e 29 julho de 2011.*

DRUCKER, P. F. *The New Meaning of Corporate Social Responsibility*. California Management Review. Berkeley, Vol. 26, n. 2, p. 53-63, Winter, 1984.

FISCHER, R. M. *A Responsabilidade pelo Desenvolvimento*. São Paulo: Texto de Apoio à Prova de Erudição do Concurso para Provimento do Cargo de Professor Titular do Departamento de Administração da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 2003.

IUDÍCIBUS, S. *Teoria da Contabilidade* 4.ed São Paulo: Atlas, 2000.

IUDÍCIBUS, S.; MARION, J. C. *Dicionário de Termos de Contabilidade*. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

JACOBS, B. W. S.; VINOD R. S. R. *An Empirical Investigation of Environmental Performance and the Market Value of the Firm*. Journal of Operations Management. Vol. 28, p. 430-441, 2010.

JONES, T. M. *Corporate Social Performance Revisited, Redefined*. California Management Review. Berkeley: Vol. 22, n. 3, p. 59-67, Spring, 1980.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. *Introdução ao Marketing*. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC - Livros Técnicos e Científicos Editora S.A, 2000.

MASULO, D. G. *Condicionantes da Divulgação de Informações sobre Responsabilidade Ambiental nas Grandes Empresas Brasileiras de Capital Aberto: Internacionalização e Setor de Atuação*. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal do Rio de Janeiro: Instituto COPPEAD de Administração, 2004.

MEADOWS, D. *Indicators and Informations Systems for Sustainable Development*. Hartland Four Corners: The Sustainability Institute, 1988.

MILES, M.; COVIN, J. *Environmental Marketing: A Source of Reputational, Competitive and Financial Advantage*. Journal of Business Ethics. Vol. 23, No. 3, p. 299-311, 2000.

MIR, M. Z.; RAHAMAN, A. S. *In Pursuit of Environmental Excellence: A Stakeholder Analysis of the Environmental Management Strategies and Performance of an Australian Energy Company*. Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 24, Iss: 7, p. 848-878, 2011.

MURCIA, F. D.; SANTOS, A.; SALOTTI, B. M.; NASCIMENTO, A. R. *Mapeamento da Pesquisa sobre Disclosure Ambiental no Cenário Internacional : Uma Revisão dos Artigos Publicados em Periódicos de Língua Inglesa no Período de 1997-2007*. Brasília: Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade, p.72-95, maio/ago, 2009.

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

RIBEIRO, M. S.; PINTO, A. L. *Balanço Social: Avaliação de Informações Fornecidas por Empresas Industriais Situadas no Estado de Santa Catarina*. Revista de Contabilidade E Finanças USP, São Paulo: p. 21-34, 2004.

RIVERA, J. *Assessing a Voluntary Environmental Initiative in the Developing World: the Costa Rican Certification of Sustainable Tourism*, Policy Sciences. Vol. 35, No. 4, p. 333-60, 2002.

SANTANA, N. B.; PÉRICO, A. E.; REBELATTO, D. A. N. *Investimento em Responsabilidade Sócio-Ambiental de Empresas Distribuidoras de Energia Elétrica: Uma Análise por Envoltória de Dados.* Revista Gestão Industrial-ISSN 1808-0448 / Vol. 02, n. 04, p.124-139, 2006.

SILVA, L. S. A.; QUELHAS, O. L. G. *Sustentabilidade Empresarial e o Impacto Custo de Capital Próprio das Empresas de Capital Aberto.* Gestão e Produção. Vol. 13, n. 3, p. 385-395, 2006.

SMITH, N. C. *Corporate Social Responsibility: Whether or How?* California Management Review. California: Vol. 45, n. 4, p. 52-76, 2003.

STROBEL, J. S.; CORAL, E.; SELIG, P. M. *Indicadores de Sustentabilidade Corporativa: Uma Análise Comparativa.* Encontro anual da ANPAD, 28. Curitiba, 2004, Anais. Curitiba: ANPAD, CD-ROM, 2004.

TINOCO, J. E. P. *Balanço Social: Uma Abordagem da Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações.* São Paulo: Atlas, 2009.

YU, V.; TING, H.I.; WU, Y. C. J. *Assessing the Greenness Effort for European Firms: A Resource Efficiency Perspective.* Management Decision. Vol. 47, Iss: 7 p. 1065-1079, 2009.