



**PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO E SUSTENTABILIDADE: UMA ANÁLISE DA
RELAÇÃO ENTRE O CONTEÚDO DAS MISSÕES INSTITUCIONAIS DAS COMPANHIAS
BRASILEIRAS DE CAPITAL ABERTO E A SUA PRESENÇA NO ÍNDICE DE
SUSTENTABILIDADE DA BOVESPA**

Alex Mussoi Ribeiro

Doutor em Controladoria e Contabilidade pela FEA/USP
Professor da Universidade Federal de Goiás - UFG
mussoialex@ufg.br

Carlos Henrique Silva do Carmo

Doutor em Controladoria e Contabilidade pela FEA/USP
Professor da Universidade Federal de Goiás -UFG
chscarmo@uol.com.br

RESUMO

O objetivo desta pesquisa foi investigar se as companhias que formalizam em suas missões institucionais elementos voltados para sustentabilidade ou para questões socioambientais possuem uma probabilidade maior de fazer parte da carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). O universo analisado foi composto por todas as companhias de capital aberto que apresentaram missão institucional em seus *websites* no ano de 2013 (235 companhias). Como plataforma para analisar os dados, foi utilizada a regressão logística. A variável dependente foi o ISE e a variável independente de interesse, o conteúdo da missão institucional. Os resultados encontrados pelo modelo denotam que existe uma associação significativa entre a presença da companhia no ISE e o fato de ela possuir elementos relacionados com a sustentabilidade formalizados em sua missão institucional. A razão de chances encontrada para a sustentabilidade foi de 5,5, o que permite inferir que as companhias com missões que apresentaram tal elemento possuem uma chance aproximadamente cinco vezes maior de fazer parte do ISE do que as companhias que não apresentaram. Estes achados corroboram com a teoria e apontam empiricamente a relevância de uma missão estratégica voltada à sustentabilidade para uma companhia que busca fazer parte da carteira ISE.

Palavras-chave: Índice de sustentabilidade empresarial; Missão institucional; Planejamento estratégico; Sustentabilidade.

**STRATEGIC PLANNING AND SUSTAINABILITY: AN ANALYSIS OF THE
RELATIONSHIP BETWEEN THE CONTENT OF MISSION STATEMENTS OF BRAZILIAN
COMPANIES AND ITS PRESENCE AT SUSTAINABILITY INDEX OF BOVESPA**

ABSTRACT

The main objective of this study was to investigate whether the companies that formalize in their institutional missions elements focused on sustainability or social and environmental issues are more likely to be part of the Corporate Sustainability Index (ISE) of the São Paulo Stock Exchange (BOVESPA). The universe analyzed was composed of all public traded Brazilian companies that presented institutional mission on their websites in the year of 2013 (235 companies). The model used to run the data was logistic regression. The dependent variable was the presence in ISE and the independent variable of interest was the contents of the institutional mission. The results found in the logistic model denote that there is a significant association between the company's presence in the ISE and the fact that it has elements related to sustainability formalized in its institutional mission. The odds ratio found for sustainability was 5.5, which allows us to infer that companies with missions that had such an element have a chance about 5 times more likely to be part of the ISE than companies that did not. These findings corroborate the theory and empirical point out the relevance of a strategic mission focused on sustainability for a company that seeks to be part of the ISE.

Key words: Corporate Sustainability; Index; Mission statements; Strategic planning; Sustainability.



1 INTRODUÇÃO

Independentemente da visão predominante de sustentabilidade, preservacionista e moralista de Kant (1964) ou utilitarista e competitiva de Porter e Linde (1995), o aumento da magnitude dos problemas socioambientais substituiu, na sociedade, a visão da busca pelo crescimento econômico a qualquer custo pela visão do crescimento sustentável. Embora não se tenha um consenso sobre o exato significado da sustentabilidade (Payne & Raiborn, 2001), a sua ideia principal é a de buscar o desenvolvimento econômico respeitando os limites sociais e ambientais aceitos pela sociedade. De acordo com Freeman (1984), uma grande parcela do sucesso de uma organização é derivada da legitimidade de suas atividades perante seus *stakeholders*. Com o ganho de importância atribuído à sustentabilidade na sociedade moderna, a sua busca se tornou uma prerrogativa fundamental para o bom desempenho e competitividade dos negócios (Porter & Linde, 1995; Parisi, 2013; Payne & Raiborn, 2001; Baumgartner, 2014; Epstein, 2008; Almeida, 2002; Teodósio, Barbieri & Csillag, 2006). Empiricamente, trabalhos, tais como os de Judge e Douglas (1998), Moneva, Rivera-Lirio e Munoz-Torres (2007) e Clarkson, Li, Richardson e Vasvari (2011), comprovaram, na prática, o *link* existente entre uma companhia possuir uma gestão voltada para sustentabilidade e um maior desempenho econômico.

Embora as discussões sobre sustentabilidade tenham tomado boa parte da agenda dos negócios, não existe ainda uma fórmula exata para sua obtenção. Pesquisadores, tais como Burke e Logsdon (1996), Dentchev (2004), Lankoski (2007), Baumgartner (2009), Payne e Raiborn (2001) e Garza (2013), defendem a necessidade de uma estratégia que incorpore a sustentabilidade na cultura organizacional das empresas, de modo formalizado. Já outros pesquisadores, tais como Maxwell, Rothenberg, Briscoe e Marcus (1997), Parisi (2013) e Judge e Douglas (1998), tiraram o foco da necessidade de formalização e colocaram sobre o processo de comunicação estratégica dentro das organizações. De qualquer modo, um ponto que todos os trabalhos possuem em comum é a importância da existência de um alinhamento estratégico para se obter a sustentabilidade.

Segundo Baumgartner (2014), integrar a sustentabilidade dentro de uma organização é uma tarefa que começa com a sua estratégia. Na mesma linha, Payne e Raiborn (2001) e Strand (2014) apontam que o caminho da sustentabilidade passa por uma mudança estratégica na organização e que esta transformação passa por um elemento essencial: “*the tone at the top*”, ou seja, o engajamento da alta gestão da empresa. O comprometimento dos gestores chaves da organização, por sua vez, pode ser formal, por meio de declarações, tais como missão, visão e valores ou informal, embasada apenas na intuição e nas experiências por parte dos administradores (Hahn, 2013).

Autores, tais como Baumgartner (2014), Hahn (2013), Payne e Raiborn (2001), Epstein (2008), Dechant e Altman (1994), defendem a formalização e indicam a necessidade de se incorporar estratégias sustentáveis nos códigos de cultura da organização. De acordo com Payne e Raiborn (2001), as companhias que se movimentam em direção a um comportamento ético no seu maior nível gerencial, isto é, deixam apenas de se preocupar em cumprir com os regulamentos obrigatórios, mas efetivamente incorporam no seu dia-a-dia comportamentos proativos em direção à sustentabilidade e sobrevivência de longo prazo, integram os conceitos de meio ambiente e desenvolvimento sustentável nos seus planejamentos estratégicos e, mais especificamente, em suas missões institucionais. Seguindo esse raciocínio, Dechant e Altman (1994) apontam que o primeiro passo das companhias que obtêm sucesso na gestão ambiental é incorporar esse tema no seu planejamento estratégico formal (missão) e nos seus valores corporativos.

Já pesquisadores, tais como Maxwell et al. (1997), defendem que o desafio está mais embaixo no nível operacional e de projetos. Segundo os autores, embora uma estratégia ambiental bem formalizada possa trazer vantagens para uma companhia, tanto no mercado quanto na sua gestão dos *stakeholders*, o verdadeiro desafio das companhias está no movimento das formalidades, generalidades e declarações de valores dos documentos estratégicos para a realidade da sua



implementação no nível operacional mais baixo e na gestão de seus projetos. Os resultados de algumas pesquisas também corroboram com a visão de Maxwell et al. (1997). Na pesquisa feita por Judge e Douglas (1998) com os gestores de empresas estadunidenses, os pesquisadores encontraram em seu questionário uma baixa importância dada pelos gestores à incorporação do meio ambiente na missão institucional. Parisi (2013), na mesma linha, encontrou que a formalização de uma estratégia voltada para a sustentabilidade, embora significativa, foi a que teve menos importância na opinião dos respondentes de seu questionário.

O que se pode concluir desta discussão é que, embora exista um discurso teórico que ressalte a importância da formalização de uma estratégia corporativa para obtenção da sustentabilidade, na prática, os gestores não dão muita credibilidade para a questão. As pesquisas que investigaram o alinhamento da missão com outros objetivos da companhia, tal como desempenho financeiro, também não encontraram uma relação entre tais elementos, sugerindo que os gestores utilizam a missão mais como elemento de marketing do que como um guia efetivo do planejamento estratégico (Baetz & Bart, 1996; Bartkus, Glassman & McAfee, 2004; David, 1989). Embora tais pesquisas tenham falhado em encontrar uma relação entre o alinhamento estratégico e os objetivos financeiros de uma empresa, nenhuma delas investigou a questão formal do papel da missão no planejamento estratégico para atingir a sustentabilidade. Diferentemente da busca pelo objetivo financeiro, que, normalmente, oferece um retorno maior para os sócios do negócio e para alta gerência, a busca pela sustentabilidade tem um maior apelo social e pode influenciar todos os níveis dentro da organização para que ela consiga ser atingida. Devido a este aspecto, a formalização da sustentabilidade no planejamento estratégico pode ser um veículo relevante para disseminar o conceito e as atitudes sustentáveis dentro da organização. Mas até que ponto isto faz diferença e pode ser observado nas organizações?

Uma maneira de a empresa ser reconhecida como portadora de preocupações com a sua responsabilidade social e sustentabilidade é participar de indicadores de mercado baseados em empresas com preocupações socioambientais (Artiach, Lee, Nelson & Walker, 2010; Lee & Faff, 2009). No Brasil, o principal indicador de sustentabilidade é o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da bolsa de valores de São Paulo (Bovespa, 2013). Este indicador foi criado no ano de 2005 e tem o objetivo de medir o retorno das ações de empresas com reconhecida preocupação com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial.

Assim, essa pesquisa procura investigar a relação entre a formalização da sustentabilidade nas missões institucionais das empresas e o reconhecimento pelo mercado de sua preocupação com a responsabilidade socioambiental, usando como *proxy* a participação da empresa no ISE. Dessa maneira, questiona-se: será que as companhias que apresentam elementos que remetem às questões socioambientais e de sustentabilidade formalizados em suas missões institucionais apresentam uma chance maior de fazer parte da carteira do índice de sustentabilidade (ISE) da bolsa de valores de São Paulo (Bovespa)?

Por meio da regressão logística, este trabalho procurou verificar se existe uma associação significativa entre a formalização de aspectos socioambientais e de sustentabilidade nas missões institucionais das companhias abertas brasileiras com a sua presença na carteira do índice de sustentabilidade (ISE) da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). O intuito deste trabalho é contribuir com evidências empíricas sobre a existência ou não da relação entre a formalização estratégica da companhia e a sua presença em uma carteira de empresas rotuladas como sustentáveis por um indicador de mercado como o ISE. Os resultados obtidos podem apontar aos gestores se existe um diferencial em se formalizar a estratégia socioambiental em seu planejamento para que a companhia seja reconhecida pela Bovespa como sustentável. Além disto, grande parte dos trabalhos nacionais sobre o tema possui uma abordagem predominantemente teórico-conceitual (Almeida, Kruglianskas & Guimarães, 2008; Busch & Ribeiro, 2009; Cabestré, Graziadei & Filho, 2008; Lorenzetti, Cruz & Ricioli, 2008; Oliveira et al., 2011; Teodósio et al., 2006), o que torna esta linha de pesquisa carente em evidências empíricas.



Este artigo foi dividido em cinco partes: (1) introdução, com a apresentação da sua problematização e justificativa; (2) referencial teórico, que abordou a relação da missão com a estratégia e a sustentabilidade e os determinantes do ISE; (3) método da pesquisa, em que foram apresentados aspectos relacionados com a confecção do trabalho; (4) resultados, divididos em estatística descritiva e multivariada e; (5) considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Missão institucional e planejamento estratégico voltados à sustentabilidade

A adoção de uma estratégia voltada para a sustentabilidade não é uma tarefa fácil. Para Gray e Bebbington (2001), adotar uma estratégia voltada para a sustentabilidade é um passo que exige compromisso sério, cuidadosa reflexão e, o mais importante, um acompanhamento sistemático. De acordo com Sousa (2006):

Incorporar critérios de responsabilidade social na gestão estratégica do negócio e traduzir as políticas de inclusão social e promoção da qualidade ambiental, entre outras, em metas que possam ser computadas na sua avaliação de desempenho é o grande desafio. Desta forma, é importante que esse conceito faça parte do planejamento estratégico das empresas e seja disseminado por toda organização, passando a ser uma nova forma de gerir negócios. (p.16).

Epstein (2008) sustenta que a administração tem papel imprescindível na implementação de valores de sustentabilidade em toda a organização. Para isto, ela deve garantir a representatividade das questões ambientais por meio da conscientização de todos os níveis da organização; desenvolver métodos para identificar, mensurar, evidenciar e gerenciar os impactos ambientais; modificar a estrutura societária, conforme a necessidade de integração da sustentabilidade na organização; e criar incentivos que promovam comportamentos social e ambientalmente responsáveis. Conforme ressalta Epstein (2008), todos estes requisitos devem estar baseados em um planejamento estratégico sólido, que começa por uma declaração de missão bem estruturada. Esta visão também é compartilhada por Dechant e Altman (1994). Os autores vinculam a criação de uma missão “verde” como o primeiro passo para uma estratégia ambiental de sucesso.

No planejamento estratégico, a frase da missão é o “carro chefe”, ou seja, ela é a identidade da companhia. É a partir dela que são traçadas as demais estratégias. Sobre isto, Epstein (2008) destaca que é extremamente importante uma declaração forte da missão institucional, pois é a partir dela que a consciência de uma estratégia empresarial começa. A inclusão de princípios sustentáveis, tanto na conduta quanto na declaração da missão de uma organização, é um forte indicativo de que a mesma considera a sustentabilidade como parte fundamental de sua estratégia corporativa, ou seja, em teoria, para uma empresa ser sustentável ela deveria começar com uma missão institucional alinhada com a sustentabilidade.

A definição da missão institucional é uma das principais e mais importantes etapas do processo de formulação, implementação e controle do planejamento estratégico das empresas. Ela promove a razão da existência de uma organização e seu posicionamento em relação ao ambiente em que ela se insere. Drucker (1975) ressalta que a definição da missão de uma empresa é um processo difícil, doloroso e arriscado, porém é somente desta forma que se consegue estabelecer políticas, estratégias, concentrar recursos e começar a trabalhar.

Pearce (1982) destaca que a missão deve estruturar-se como uma declaração abrangente e, ao mesmo tempo, duradoura do propósito de uma companhia, apresentando, de forma objetiva, elementos que possam ser mensuráveis e avaliados de forma periódica por ela. O autor destaca também que ela deve servir como diferenciadora do negócio, mesmo se tratando do mesmo ramo de atuação. Já Bartkus et al. (2004) apontam que o objetivo do enunciado da missão organizacional é



apresentar uma descrição da companhia que permita aos empregados, consumidores, fornecedores e investidores (atuais e em prospecção) decidir se querem ou não se envolver com ela.

Embora o papel da missão institucional esteja ligado com a criação de uma cultura organizacional de modo mais amplo, ela possui uma função objetiva dentro da organização. A missão deve servir como direcionadora das metas e prioridades de uma organização, definindo a imagem que a companhia busca projetar para a sociedade, sua área de atuação no mercado, e os produtos e serviços que pretende ofertar aos consumidores. Além disso, ela deve ser específica o suficiente para permitir que a organização acompanhe a consecução dos objetivos traçados por ela. De acordo com Pearce (1982), O valor principal da missão institucional como ferramenta de gestão estratégica consiste na especificação dos objetivos finais da companhia. A declaração de missão proporciona aos administradores uma unidade de sentido que transcende as necessidades individuais, paroquiais e transitórias; promove uma sensação de expectativas compartilhadas entre todos os níveis organizacionais; consolida valores ao longo do tempo entre os indivíduos e grupos de interesse; projeta um senso de valor e intenções que podem ser identificados e assimilados por pessoas externas à companhia; e finalmente, afirma o compromisso da empresa com ações responsáveis.

Na mesma linha, Bart (1997) assevera que o poder do enunciado da missão depende de sua capacidade de alcançar dois resultados. O primeiro, é influenciar o comportamento dos membros da organização, motivando-os a atingir uma performance excepcional. O segundo, é guiar a alocação de recursos da entidade de maneira consistente.

No que tange a busca pela sustentabilidade, a missão cumpre um papel relevante neste processo. Epstein (2008) aponta que é por meio de uma declaração de missão forte que muitas vezes a consciência da sustentabilidade empresarial começa. O autor afirma que uma vez que a administração identifique os aspectos da atividade que geram impactos significativos sobre as questões da sustentabilidade, ela deve formular uma estratégia de sustentabilidade que integre a missão, a visão e os valores da organização. Para Raiborn e Joyner (2004), esta declaração pode abordar uma série de compromissos, que variam de conformidade legal à adoção de práticas voluntárias de proteção ao meio ambiente. Raiborn e Joyner (2004) elaboraram um *checklist* para a construção de uma declaração de missão voltada para a sustentabilidade, apresentado na figura 1.

1	A empresa inclui o compromisso com a preservação da flora, fauna, ar, terra e água para as gerações futuras?
2	A empresa entende que o cumprimento legal é necessário, mas não suficiente para o desenvolvimento de seus esforços ambientais?
3	A empresa busca atingir no longo prazo o dano-zero de seus impactos ambientais?
4	A empresa indica uma vontade de resolver rapidamente e adequadamente danos ambientais e buscar processos e tecnologias para prevenir incidentes repetitivos?
5	A empresa estabelece ligação do cuidado ambiental com a rentabilidade?
6	A empresa aborda diferentes interesses dos <i>stakeholders</i> internos e externos?
7	A empresa exige um nível aceitável de responsabilidade ambiental de seus fornecedores?
8	Existe uma vontade corporativa de incentivar seus funcionários a possuir consciência ambiental?
9	A empresa definiu indicadores de desempenho adequados para assegurar a comparação dos resultados com os objetivos definidos?
10	A declaração da missão é publicada, quando apropriada, para os funcionários e para o público?
11	A declaração da missão baseia-se na melhoria contínua de todas as interações ambientais?

Figura 1. *Checklist* para a construção de uma missão ambiental

Fonte: Adaptado de Raiborn e Joyner (2004)

Em suma, o que pode ser extraído dos trabalhos sobre missão, planejamento e sustentabilidade é que o estabelecimento de um claro compromisso com o meio ambiente e com a sociedade em sua missão institucional, de modo sustentável, permite que a organização direcione estrategicamente suas ações para seus dois principais objetivos: a rentabilidade e longevidade. Isto faz com que a empresa possua um diferencial competitivo em relação às demais companhias, como comprovado empiricamente pelas pesquisas de Judge e Douglas (1998), Moneva et al. (2007) e



Clarkson et al. (2011) que investigaram as práticas socioambientais das companhias e o seu resultado financeiro.

2.3 Determinantes do ISE e índices como *proxy* para sustentabilidade

O primeiro indicador de sustentabilidade criado para investidores em nível global foi o *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) da Bolsa de Nova Iorque (Nyse). O DJSI foi criado em 1999 e se tornou uma ferramenta útil para investidores diferenciarem as companhias de acordo com as suas práticas socioambientais relacionadas com a sustentabilidade (Lee & Faff, 2009)

No Brasil, o principal indicador de sustentabilidade é o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da Bovespa, criado no ano de 2005, com o objetivo de medir o retorno das ações de empresas com reconhecido comprometimento com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial. Segundo a Bovespa (2013):

O ISE é uma ferramenta para análise comparativa da *performance* das empresas listadas na BOVESPA sob o aspecto da sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa. Também amplia o entendimento sobre empresas e grupos comprometidos com a sustentabilidade, diferenciando-os em termos de qualidade, nível de compromisso com o desenvolvimento sustentável, equidade, transparência e prestação de contas, natureza do produto, além do desempenho empresarial nas dimensões econômico-financeira, social, ambiental e de mudanças climáticas (p. 1).

A seleção das companhias pertencentes ao ISE limita-se ao total de 40 empresas. A oitava carteira do ISE, que vigora de 07 de janeiro de 2013 à 03 de janeiro de 2014, é composta por um total de 37 empresas, as quais foram analisadas nesta pesquisa, apresentadas na Figura 2.

AES Tietê	Copasa	Even	Light	TIM
Banco do Brasil	Copel	Eletrobras	Natura	Tractebel
Bicbanco	CPFL	Ecorodovias	Oi	Ultrapar
Bradesco	Coelce	Fibria	Sabesp	Vale
Braskem	CCR	Gerdau	Santander	WEG
BRF	Duratex	Gerdau MET	Suzano	
Cemig	Eletropaulo	Itaú Unibanco	SulAmérica	
Cesp	EDP	Itaúsa	Telefônica	

Figura 2. Empresas participantes do ISE no período de 2013

Fonte: Bovespa (2013)

Embora os indicadores de sustentabilidade tenham sido utilizados em larga escala como *proxy* para medir a sustentabilidade (Artiach, Lee, Nelson & Walker, 2010), eles apresentam algumas limitações. Primeiro, os indicadores não conseguem capturar o conceito de sustentabilidade mais adequado, pois não avaliam o impacto relativo da atividade da companhia em relação à sua taxa de carregamento socioambiental. Não obstante esta seja uma limitação relativa ao conceito de sustentabilidade desta medida, nenhuma medida até então consegue mensurar tal aspecto de maneira objetiva (Gray, 2006). Segundo, os indicadores são feitos com base em um questionário respondido pela própria companhia e nem sempre tais informações são auditadas, o que pode colocar em xeque a credibilidade da composição destes indicadores.

No Brasil, as pesquisas empíricas que analisaram o impacto da presença no ISE sobre o retorno anormal (em relação ao Ibovespa e ao IBRX) e sobre o nível de evidenciação ambiental das companhias não encontraram uma diferença significativa em relação às demais não integrantes do indicador (Silva, Rocha, Wienhage & Rausch, 2009; Cavalcante, Bruni & Costa, 2009). Já sobre o nível de endividamento e a percepção de risco do mercado, Teixeira, Nossa e Funchal (2011) encontraram uma relação negativa e significativa com o indicador.



No que tange às características das companhias que fazem parte dos indicadores de sustentabilidade, Artiach et al. (2010) encontraram que o tamanho das companhias, o seu crescimento e o seu retorno sobre o patrimônio líquido (ROA) aumentam a chance de elas fazerem parte da carteira do DJSI. No ISE, os trabalhos de Nunes, Teixeira, Nossa e Galdi (2010) encontraram um efeito significativo do tamanho (Ln ativo total) e do Setor de atuação. Na mesma linha, Andrade, Bressan, Iquiapaza e Moreira (2013) encontraram uma relação significativa com tamanho, retorno sobre o patrimônio líquido e setor. Percebe-se, com base nestes trabalhos, que algumas variáveis (tamanho, setor e ROA) afetam consistentemente a probabilidade de a companhia fazer parte da carteira ISE. Nesta pesquisa, tais variáveis foram controladas no modelo para evitar seus efeitos exógenos.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quanto ao método, esta pesquisa pode ser classificada como descritiva, dedutiva, aplicada e, predominantemente, quantitativa. Os dados coletados são secundários e foi investigada a relação entre duas variáveis categóricas de natureza qualitativa: o conteúdo da missão institucional e a presença ou não da companhia na carteira do Índice de Sustentabilidade da Bovespa. Para alcançar os objetivos propostos, utilizou-se, neste estudo, a regressão logística com o programa Stata12®. A seguir, foram expostos os demais detalhes da elaboração desta pesquisa.

3.1 Universo da pesquisa

Para a seleção das companhias estudadas neste trabalho, foi utilizado o sistema Economatica®. Por meio desta base de informações, foram listadas todas as companhias brasileiras de capital aberto, pertencentes à Bovespa, que possuíam a condição de ativas no exercício de 2013. A escolha das empresas de capital aberto deve-se ao fato de as mesmas possuírem maior projeção e reconhecimento dos públicos com os quais se relacionam, o que facilita a coleta de determinados dados, e também por se submeterem à classificação do ISE. A seleção das empresas, realizada em 15 de janeiro de 2013, trouxe como resultado o total de 363 companhias. Destas, 235 (64,74%) apresentaram *websites* ativos onde constavam a declaração da sua missão institucional. As demais companhias (128 – 45,26%) não foram analisadas, pois não apresentaram *website* ativo ou não haviam publicado as suas respectivas missões institucionais nos mesmos. Para diferenciar as companhias com maior sustentabilidade, foi utilizada a carteira ISE do período 2013-2014, conforme exposto na figura 2.

3.2 Coleta e classificação dos dados

Após a escolha das empresas para análise, foi necessário coletar a frase das missões institucionais das companhias nos seus respectivos *websites*. A maioria das missões foi localizada no *website* de relações com investidores na parte de informações sobre a companhia. Como foi destacado anteriormente, 235 companhias apresentaram tal informação, o que remonta um universo de 64% das companhias analisadas. Trabalhos anteriores, que utilizaram questionário para coletar as frases da missão, apresentaram uma taxa de retorno em torno de 50% (Klemm, Sanderson & Luffman, 1991; Pearce & David, 1987; David, 1989; Baetz & Bart, 1996). Pesquisas em outros países, tal como o trabalho de Bartkus et al. (2004), encontraram a missão em 66,7% dos *websites* das companhias europeias; 50%, das japonesas e 63,3%, das estadunidenses. Já Bart (2001) encontrou a missão publicada em 45% das páginas eletrônicas das 500 maiores companhias da revista Fortune®. No geral, os resultados obtidos por este trabalho comprovam a superioridade dos *websites* como fonte de coleta das missões se comparado com o questionário e indicam que as missões das companhias brasileiras foram divulgadas em meio eletrônico, seguindo uma tendência mundial.

Depois de coletadas todas as missões institucionais, analisou-se o conteúdo das mesmas a fim de identificar os elementos presentes em cada uma delas. Para esta análise, as frases foram



coletadas dos *websites* das companhias e colocadas em uma planilha eletrônica. Após esta organização, foi feita uma análise de conteúdo nas frases procurando identificar elementos (termos) relacionados com questões socioambientais e de sustentabilidade. Entre os principais termos encontrados estão: “sustentabilidade”, “respeito ao meio ambiente”, “respeito à sociedade”, “geração de valor social”, “preocupação ambiental”, entre outros. Para classificar as missões, foram criadas duas escalas. A primeira, possuindo oito categorias autoexcludentes com os seguintes elementos de conteúdo identificados nas frases: possui elemento (1) Social, (2) Ambiental, (3) Sustentabilidade, (4) Social e Ambiental, (5) Social e Sustentabilidade, (6) Ambiental e Sustentabilidade, (7) Os Três Elementos e (8) Nenhum Elemento. A partir desta classificação, procurou-se observar se as missões possuíam apenas um dos elementos, a combinação de dois dos elementos, a combinação de todos os elementos, ou se não existia a presença de nenhum elemento. Essa primeira classificação serviu para a análise descritiva sobre o conteúdo das missões das companhias abertas da Bovespa. A segunda classificação foi utilizada na regressão logística e apenas indica a presença ou ausência de termos relacionados com a sustentabilidade, a sociedade e o meio ambiente nas missões das empresas. Para a análise das duas classificações, as companhias foram separadas com base na sua presença ou ausência na carteira do ISE da Bovespa.

3.3 Plano de análise dos dados

A técnica estatística escolhida para desenvolver as análises da pesquisa foi a regressão logística, pois esta descreve o comportamento entre a variável dependente dicotômica e as variáveis independentes métricas ou não. Ou seja, afere a probabilidade de ocorrer um evento e identifica características dos elementos pertencentes a cada grupo determinado pela variável categórica. (Fávero, Belfiore, Silvia, & Chan, 2009).

Os parâmetros do modelo de regressão logística são estimados por meio do método da máxima verossimilhança e permitem estabelecer a importância de cada variável para a ocorrência do evento de interesse, bem como calcular a probabilidade de ocorrência desse evento. Por esse método, busca-se maximizar a probabilidade de que o evento de interesse ocorra: $P(Y = 1|X)$. O modelo é apresentado da seguinte forma:

$$P(Y = 1|X) = \frac{1}{1 + e^{-(\beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n)}} \quad (1)$$

Para obter a chance de ocorrência do evento de interesse, divide-se a probabilidade de o evento ocorrer (P), pela probabilidade de que o evento não ocorra (1-P).

$$\text{Chance} = \frac{P}{1 - P} \quad (2)$$

A partir do cálculo da Probabilidade e da Chance, pode-se obter a Razão de Chances (*Odds Ratio*). A Razão de Chances é a mudança proporcional na chance de o evento ocorrer, considerada após a alteração de uma unidade na variável previsor, conforme a seguir:

$$\text{Razão de Chances} = \frac{\text{Chance após a mudança de uma unidade no previsor}}{\text{Chance original}} \quad (3)$$

A análise da Razão de Chances é a forma de deduzir a interpretação dos coeficientes estimados no modelo de regressão logística. Ela indica, para o caso de variáveis dicotômicas, qual a chance de o evento de interesse ocorrer quando a variável previsor tem a característica testada, em relação a chance de o evento ocorrer caso a variável previsor não tenha tal característica (Fávero et al., 2009). Para variáveis nominais e numéricas, a Razão de Chances indica qual o aumento (ou a



diminuição) da chance de o evento ocorrer, após o aumento de uma unidade (ou nível) na variável explicativa.

Variável Dependente	Descrição Resumida
<i>ISE</i>	Variável dicotômica. Representa a presença no índice de sustentabilidade da Bovespa no ano de 2013. Assume o valor de 1 se a empresa fez parte da carteira ISE no respectivo período e 0 se a empresa não fez parte da carteira ISE em 2013.
Variáveis Independentes	Descrição Resumida
<i>Social</i>	Variável dicotômica de interesse. Representa a presença do conteúdo social dentro das missões institucionais analisadas. Assume o valor de 1 se foi encontrado alguma menção social dentro da frase da missão e 0 se não foi encontrado. Segundo essa teoria, espera-se que tal variável possua um efeito positivo e significativo sobre a variável de interesse (Baumgartner, 2014., Hahn, 2013., Payne e Raiborn., 2001., Epstein., 2008., Dechant e Altman, 1994).
<i>Ambiental</i>	Variável dicotômica de interesse. Representa a presença do conteúdo ambiental dentro das missões institucionais analisadas. Assume o valor de 1 se foi encontrado alguma menção ao meio ambiente dentro da frase da missão e 0 se não foi encontrado. Segundo essa teoria, espera-se que tal variável possua um efeito positivo e significativo sobre a variável de interesse (Baumgartner, 2014., Hahn, 2013., Payne e Raiborn, 2001., Epstein, 2008., Dechant e Altman, 1994).
<i>Sustentabilidade</i>	Variável dicotômica de interesse. Representa a presença do conteúdo que remeta à sustentabilidade nas missões institucionais analisadas. Assume o valor de 1 se foi encontrado alguma menção à sustentabilidade ou ao desenvolvimento sustentável na frase da missão e 0 se não foi encontrado. Segundo essa teoria, espera-se que tal variável possua um efeito positivo e significativo sobre a variável de interesse (Baumgartner, 2014., Hahn, 2013., Payne e Raiborn, 2001., Epstein, 2008., Dechant e Altman, 1994).
<i>Tamanho</i>	Variável numérica de controle. Representa o Logaritmo Neperiano (Ln) do Ativo total como proxy do tamanho da empresa. Segundo essa teoria, espera-se que tal variável possua um efeito positivo e significativo sobre a variável de interesse (Artiach et al., 2010., Nunes et al., 2010., e Andrade et al., 2013).
<i>Setor</i>	Variável numérica de controle. Representa a classificação da empresa por setor de atuação. Para análise dos setores, estes foram transformados em fatores e receberam a numeração de 1 a 17. Desta forma, os resultados indicarão se no conjunto a variância dos setores pode influenciar o modelo. Esta prática é adotada devido à alta quantidade de graus de liberdade que seria consumida pelo modelo tendo em vista o grande número de setores envolvidos. (Nunes et al., 2010 e Andrade et al., 2013).
<i>Desempenho</i>	Variável numérica de controle. Representa o desempenho da companhia traduzido pelo seu retorno sobre o ativo total. O ROA foi calculado com base no lucro líquido sobre o ativo total do ano de 2012. Segundo essa teoria, espera-se que tal variável possua um efeito positivo e significativo sobre a variável de interesse (Artiach et al., 2010 e Andrade et al., 2013).

Como variável dependente foi selecionada, a presença na carteira ISE da Bovespa. As variáveis independentes de interesse (social, ambiental e sustentabilidade) são dicotômicas e foram estabelecidas com base na sua presença ou ausência no conteúdo das missões institucionais analisadas. As demais variáveis independentes (tamanho, setor e desempenho) são variáveis numéricas discretas de controle e serviram para isolar o efeito de possíveis influências externas ao modelo. As variáveis de controle foram estabelecidas de acordo com o resultado de pesquisas anteriores que procuraram investigar as influências existentes sobre a presença das companhias no Índice de Sustentabilidade da Bovespa (Nunes et al., 2010; Teixeira et al., 2011; Andrade et al., 2013). Todas as variáveis de controle foram coletadas do programa Economática®, tendo como base as demonstrações financeiras das companhias do ano de 2012. A carteira do ISE, utilizada na pesquisa, foi a divulgada no começo do ano de 2013 e, portanto, as variáveis de controle, que teriam impacto sobre a amostra, seriam aquelas relativas ao final do exercício de 2012. Para a variável de



controle setor, foi utilizada a classificação setorial da Bovespa, o que trouxe um universo de 17 setores passíveis de análise. Tendo em vista a grande quantidade de setores sob escrutínio, preferiu-se utilizar a análise por fator ao invés do uso de variáveis dicotômicas para cada um dos setores das empresas da amostra. Tal medida teve como objetivo minimizar a subestratificação da amostra e o possível comprometimento dos resultados, devido ao elevado número de graus de liberdade que seriam consumidos com a colocação de variáveis *dummies* representativas de cada setor. Contudo, esta escolha traz limitações às inferências a partir do modelo proposto, pois o efeito dos setores só poderá ser observado de modo agregado, ou seja, só é possível saber se o setor influencia ou não a variável de interesse, mas não haverá a possibilidade de identificar entre os setores onde estão localizadas as diferenças. Para viabilizar a realização dos testes estatísticos, foi utilizado o programa Stata12[®]. Uma descrição das variáveis utilizadas no modelo *Logit* desta pesquisa está exposta na figura 3.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Como observado na introdução deste trabalho, o seu objetivo principal foi verificar se as empresas que possuem elementos socioambientais ou de sustentabilidade em suas missões institucionais possuem uma chance maior de fazer parte da carteira ISE. O primeiro passo para esta verificação foi identificar a presença destes elementos nas frases das missões institucionais analisadas.

As companhias, em geral, apresentaram, de modo variado, a inclusão dos elementos nas suas frases das missões. Por exemplo, a missão do Banrisul, apresentou apenas uma preocupação com o elemento social. Já a empresa Alpargatas acrescentou também o elemento ambiental à sua frase da missão. Outras companhias, tal como a Cia de Transmissão Paulista (CTEEP), procuraram alinhar os três elementos, embora tenha deixado a sua frase consideravelmente longa. Uma análise da extensão da utilização dos elementos socioambientais e/ou de sustentabilidade pelas companhias analisadas pode ser observada na tabela a seguir.

Empresa	Missão
Banco Banrisul	“Ser o agente financeiro do Estado para promover o desenvolvimento econômico e <i>social</i> * do Rio Grande do Sul”
Alpargatas	“Conquistar os consumidores, por meio de marcas e produtos diferenciados e de alto valor percebido, criando valor para acionistas, empregados, fornecedores e clientes, e atuar com responsabilidades <i>social e ambiental</i> *.”
CTEEP	“Expandir, operar e manter sistemas de transmissão de energia elétrica, com excelência na prestação de serviços, satisfação dos clientes, <i>sustentabilidade ambiental</i> *, retorno adequado aos acionistas e contribuição para o desenvolvimento econômico e <i>social</i> * da comunidade.”

Nota. * Grifo nosso

Figura 4. Exemplos de missões institucionais extraídas das companhias analisadas

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 1 - Número de observações dos elementos nas missões institucionais

Categoria de elemento	Número de Empresas	Percentual (%)
(1) Não possui	110	46,81%
(2) Sustentabilidade	48	20,43%
(3) Social e ambiental	24	10,21%
(4) Social e sustentabilidade	21	8,94%
(5) Social	18	7,66%
(6) Ambiental	9	3,83%



(7) Possui os três	3	1,28%
(8) Ambiental e sustentabilidade	2	0,85%
Total	235	100%

Fonte: Dados da pesquisa

Observa-se com base na Tabela 1, que a maioria das companhias (53,19%) apresentou algum elemento com referência socioambiental ou de sustentabilidade em suas missões institucionais. A preocupação maior das companhias foi com o elemento sustentabilidade, que apareceu isolado em 20,43% das empresas e em conjunto com outros elementos em 26 missões analisadas. Ao fazer uma correlação com outros trabalhos (Mussoi, Lunkes & Silva, 2011; Teles & Lunkes, 2011), percebe-se que cerca de metade dos elementos identificados nas missões institucionais das empresas brasileiras, se remete a outros temas, tais como "Ênfase nos clientes", "Produtos e Serviços", "Retorno aos acionistas", "Menção aos colaboradores", entre outros. No entanto, há uma representatividade significativa dos elementos ligados à responsabilidade socioambiental e sustentabilidade, encontrada também nesta pesquisa.

Tabela 2 - Elementos presentes nas empresas pertencentes e não pertencentes ao ISE

Classificação	ISE		Total
	SIM	NÃO	
(1) Não possui	7 (21,88%)	103 (50,74%)	110
(2) Sustentabilidade	14 (43,75%)	34 (16,75%)	48
(3) Social e ambiental	1 (3,13%)	23 (11,33%)	24
(4) Social e sustentabilidade	5 (15,63%)	16 (7,88%)	21
(5) Social	4 (12,50%)	14 (6,90%)	18
(6) Ambiental	1 (3,13%)	8 (3,94%)	9
(7) Possui os três	0	3 (1,48%)	3
(8) Ambiental e sustentabilidade	0	2 (0,99%)	2
Total	32 (100%)	203 (100%)	235

Fonte: Dados da pesquisa

Em relação às empresas pertencentes ao Índice de Sustentabilidade Empresarial, das 37 companhias listadas na Bovespa, apenas 32 delas foram analisadas (cerca de 86,47%), pelo fato de as demais não possuírem a missão institucional divulgada em seus *websites*. As companhias as quais pertencem ao ISE possuem uma preocupação maior do que a média (64%) em formalizar sua missão e utilizar seus *websites* como canal de divulgação. Isto pode ser um indício de uma preocupação maior destas empresas com o gerenciamento de seus *stakeholders*, principalmente, aqueles externos à organização. Uma análise desta relação pode ser observada na tabela 2.

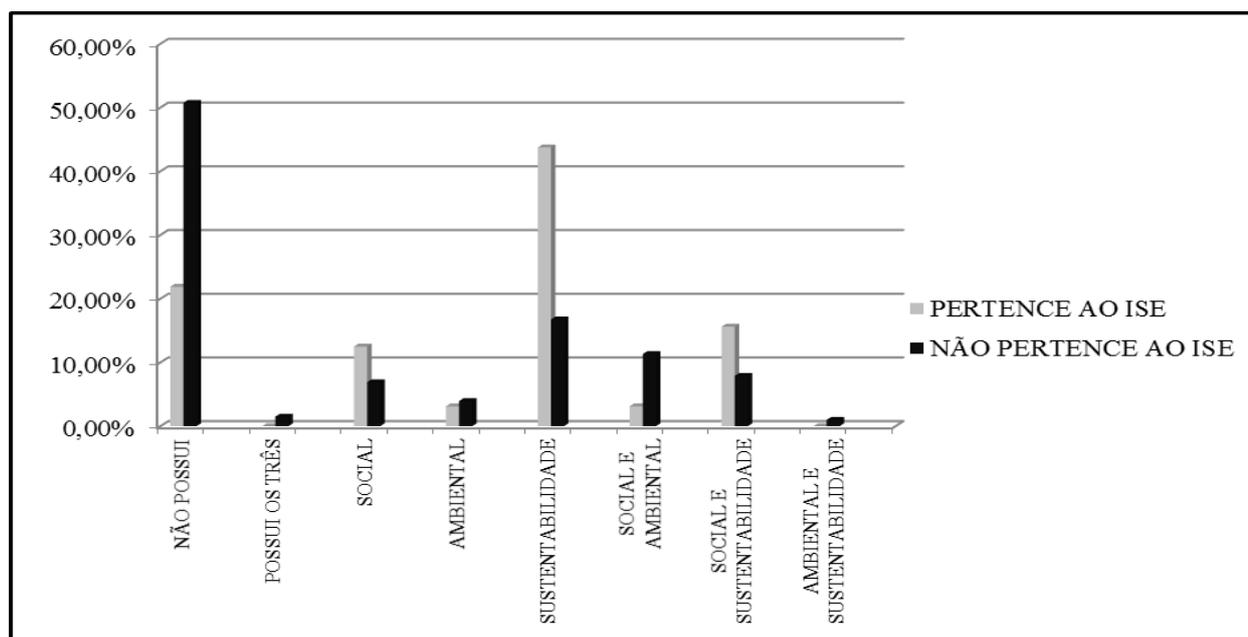


Figura 5. Relação da presença no ISE com os elementos encontrados nas missões

Fonte: Dados da pesquisa

Percebe-se, com base na Tabela 2, que a grande maioria das companhias que pertencem ao ISE apresenta algum elemento socioambiental ou de sustentabilidade (25 companhias ou 79%) nas suas frases da missão. Isto não ocorre nas companhias que estão fora do ISE, onde a maioria das companhias (50,74%) não apresentou nenhum elemento nas suas frases analisadas. Quanto aos elementos, o mais divulgado pelas companhias pertencentes ao ISE foi o da categoria Sustentabilidade, com quase metade das companhias do ISE (43,75%). Em relação às companhias não ISE, este elemento foi divulgado apenas por 16% delas, sendo a maior diferença encontrada na pesquisa. Visualmente esta discrepância pode ser mais facilmente percebida na figura 5.

Com base na figura 5 e na Tabela 2, pode-se inferir que existe uma diferença grande entre a não apresentação de algum elemento e a presença do elemento sustentabilidade nas missões das companhias que pertencem e não pertencem ao ISE. A maioria das empresas que não possui elementos socioambientais e/ou de sustentabilidade em sua missão também não pertence ao ISE. Em relação às companhias que possuem elementos relacionados à sustentabilidade, a maioria delas pertence ao ISE. Isto sugere uma possível relação entre a empresa possuir elementos socioambientais e/ou de sustentabilidade em sua missão e ela pertencer ao Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), embora apenas o teste estatístico possa comprovar se tal relação é de fato significativa. Para testar se existe uma associação significativa e o efeito de tal elo entre as variáveis analisadas, foi utilizada a regressão logística. Os resultados obtidos com tal análise foram expostos na Tabela 3.

Tabela 3 – Resultados da regressão logística

ISE	MODELO COMPLETO			MODELO AJUSTADO		
	COEF.	RAZ CH	Z	COEF.	RAZ CH	Z
SOCIAL (+)	-0,228	0,796	-0,360	-	-	-
AMBIENTAL (+)	-1,367	0,255	-0,940	-	-	-
SUSTENTABILIDADE (+)	1,714	5,551	2,870 ***	1,649	5,203	3,110 ***
TAMANHO (+)	1,279	3,593	5,110 ***	1,143	3,135	4,390 ***
SETOR (?)	-0,108	0,898	-1,500	-	-	-
DESEMPENHO (+)	0,127	1,136	3,700 ***	0,112	1,118	3,970 ***
CONSTANTE	-30,740	0,000	-5,370 ***	-28,830	0,000	-4,830 ***



N	213	213
WALD CHI2	31,21	30,31
PROB> CHI2	0,0000	0,0000
PSEUDO R2	0,4364	0,4096
CURVA LROC	0,9233	0,9201
H-LEMESHOW	5,35	5,3
PROB> CHI2	0,7196	0,7248
PODER DE CLASSIF	90,14%	88,73%

Nota. *** Denota significância estatística bicaudal $p > 0,01$. A média da estatística VIF entre as variáveis independentes foi de 1,17 e o maior valor foi de 1,31. O modelo completo foi estimado com erro padrão clusterizado nos indivíduos. O ajuste do modelo foi feito por meio do comando *stepwise* com o critério de *Backward* e nível de significância de 5%. O modelo completo foi obtido por meio da seguinte equação:

$$P(ISE) = \frac{1}{1 + e^{-(\alpha + \beta_1 Social_i + \beta_2 + \beta_3 Sustent_i + \beta_4 Tamanho_i + \beta_5 Setor_i + \beta_6 Desemp_i)}}$$

Fonte: dados da pesquisa

Conforme pode ser observado na tabela 3, foram utilizados dois modelos para verificar o efeito das variáveis independentes sobre o ISE. O primeiro modelo, foi composto por todas as variáveis de controle estabelecidas pela pesquisa e foi chamado de modelo completo. Já para o segundo modelo, foi utilizada a técnica *stepwise* com o critério *backward*. Nele foram incluídas no modelo apenas as variáveis significativas ao nível de 5%. Tanto no primeiro quanto no segundo modelo foi utilizado um filtro de *outliers* multivariado com base em Hadi (1992). Isto diminuiu as observações para 213 companhias analisadas.

Em relação à adequação dos modelos, ambos possuem um excelente ajuste. A probabilidade do teste de *Wald* (similar ao teste F na regressão linear) ficou fora da área de rejeição da hipótese de não significância do modelo. Isto indica nos dois modelos que, pelo menos, uma variável explicativa teve impacto significativo na variável dependente. Quanto à área da curva LROC, Hilbe (2009) afirma que o modelo estimado é considerado aceitável quando varia de 0,6 a 0,9, e que quanto mais próximo de 1, mais ajustado ao dados é o modelo. Nos dois modelos, observou-se valor da área da curva LROC superior a 0,9, o que indica um ajuste adequado. Outro teste de adequação comum em regressões logísticas é o teste de Hosmer-Lemeshow (H-L). Segundo Hilbe (2009), o modelo pode ser considerado com um bom ajuste se a hipótese nula do teste H-L não for rejeitada. Os resultados obtidos para os dois modelos ficaram dentro da área de não rejeição do teste H-L, indicando um bom ajuste estatístico (o teste foi rodado com 10 grupos dentro do padrão do *software* estatístico utilizado). No que tange ao poder de classificação dos modelos, foi utilizado um *cutoff* de 0.5 e os resultados comprovaram que os modelos classificaram corretamente 90,14% (completo) e 88,73% (ajustado) das observações. Isto é considerado adequado conforme aponta Hilbe (2009). Para finalizar, não foram encontradas evidências de multicolinearidade entre as variáveis independentes. A variação dos fatores de inflação (VIF) média entre as variáveis independentes ficou em 1,17 muito distante do máximo recomendado de 10 (Fávero et al., 2009).

Tendo em vista que o modelo é adequado, o próximo passo será interpretá-lo. Observa-se, com base na tabela 3, que as variáveis de controle apresentaram o comportamento esperado. Já as variáveis tamanho e desempenho apresentaram comportamento positivo e significativo, corroborando com os achados das pesquisas anteriores (Nunes et al., 2010; Teixeira et al., 2011; Andrade et al., 2013). Isto significa que as maiores companhias e aquelas com melhor desempenho possuem uma probabilidade maior de fazer parte da carteira do ISE do que as demais companhias. Quanto à variável setor, não foi observado um comportamento significativo em relação à sua variância, isto significa que o setor de atividades econômicas da empresa não faz diferença em relação à sua presença na carteira do ISE. Este resultado corrobora com outros estudos sobre planejamento estratégico que também não encontraram um efeito setorial significativo na relação entre o conteúdo das frases das missões e o desempenho financeiro das companhias (Baetz & Bart, 1996; Bartkus et al., 2004). No tocante às variáveis de interesse, o termo sustentabilidade foi o único que se mostrou



significativo e positivo. Segundo a interpretação da razão de chances obtida no modelo completo, uma companhia que apresentou qualquer termo que remeta à sustentabilidade formalizado em sua missão possui uma chance, aproximadamente, 5,5 vezes maior de fazer parte da carteira ISE do que uma companhia que não tenha o termo, ou seja, o fato de a empresa ter na sua missão termos que remetam à sustentabilidade aumenta em 455% a possibilidade de ela participar da carteira ISE. Para o modelo ajustado (sem o efeito das variáveis não significativas), os resultados foram muito próximos do modelo completo. A razão de chance ficou em 5,203 para variável de interesse sustentabilidade, o que se traduz em uma possibilidade 420% maior de participar da carteira ISE, caso tenha algum elemento de sustentabilidade na missão.

Os resultados encontrados nesta pesquisa corroboram com a visão defendida por Baumgartner (2014), Hahn (2013), Payne e Raiborn (2001), Epstein (2008), Dechant e Altman (1994) e Raiborn e Joyner (2004) e ressaltam a importância da formalização estratégica na busca pela sustentabilidade. Como defendido por Payne e Raiborn (2001), Dechant e Altman (1994) e Strand (2014), para que uma companhia atinja o sucesso em qualquer escolha estratégica deve existir o comprometimento total da alta gestão do negócio, preferencialmente formalizado na estratégia da companhia. Isto ficou comprovado empiricamente também no caso do ISE para as companhias analisadas nesta pesquisa. Os indícios encontrados para esta amostra reforçam que a formalização de uma missão com elementos de adequados é um passo diferencial para as companhias que buscam ser rotuladas pelo mercado como sustentáveis.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal deste trabalho foi identificar se existe uma associação entre a presença de elementos socioambientais e/ou de sustentabilidade nas missões e o fato da companhia pertencer ao Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da Bovespa. Os resultados da estatística descritiva e do modelo mostraram que a maioria das empresas analisadas que possui um planejamento estratégico voltado para a sustentabilidade pertence ao ISE. Isto confirma a teoria defendida por alguns autores (Epstein, 2008; Almeida et al., 2008; Raiborn & Joyner, 2004; Payne & Raiborn, 2001; Dechant & Altman, 1994) de que empresas que contam com o processo estratégico formalizado com elementos socioambientais e/ou de sustentabilidade possuem vantagem na busca por um reconhecimento do mercado como sustentáveis.

A concretização desta inferência deu-se com base na análise da regressão logística que mostrou que existe uma forte associação entre a presença de elementos de sustentabilidade na missão e a categoria ISE. Uma possível explicação para este resultado pode ser encontrada no estudo de Bart (1997) que encontrou uma relação positiva entre a missão e a motivação dos empregados, sugerindo que a missão possui um papel direcionador do comportamento dos colaboradores que percebem o objetivo de sua atuação atrelado a ela. Esta função motivadora pode contribuir para que uma companhia atinja uma sustentabilidade maior se comparada com uma companhia que não possui uma missão alinhada com esta meta.

Esta pesquisa apresentou como limitações o fato de que um número considerável de empresas não possui a missão divulgada em seus *websites*, o que impossibilitou a análise de uma amostra maior de companhias e a utilização de um indicador externo (ISE) como *proxy* de sustentabilidade, o que vincula a confiabilidade dos resultados obtidos à confiabilidade da própria métrica utilizada. Para futuras pesquisas, pode-se incorporar à análise feita neste trabalho a classificação das empresas por tamanho, rentabilidade, setor de atuação e nível de governança corporativa, o que pode resultar em mais associações ou pode-se procurar uma relação causal entre as variáveis utilizando um teste estatístico apropriado para isto.

REFERÊNCIAS

Almeida, F. (2002) *O bom negócio da sustentabilidade*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.



- Almeida, F., Kruglianskas, I., & Guimarães, A. T. R. (2008) Estratégia empresarial e o econegócio: uma visão prospectiva sobre a produção sustentável. In: *Simpósio de Engenharia da Produção (Simpep)*, 15. São Paulo, 109-125.
- Andrade, L.P., Bressan, A.A., Iquiapaza, R.A. & Moreira, B. C. (2013) Determinantes de adesão ao índice de sustentabilidade empresarial da BM&FBovespa e sua relação com o valor da empresa. *Revista Brasileira de Finanças*. 11(2), 181-213
- Artiach, T., Lee, D., Nelson, D., & Walker, J. (2010) The determinantes of corporate sustainability performance. *Accounting and Finance*. 50, 31-51.
- Baetz, M. C., & Bart, C. K. (1996) Developing mission statements which work. *Long Range Planning*, 29(4), 526-533.
- Bart, C. K. (1997) Sex, lies, and mission statement. *Business Horizons*, 40 (6), 9-18.
- Bart, C.K. (2001) Exploring the application of mission statements on the world wide web. *Internet Research*. 11(4), 360-368.
- Bartkus, B., Glassman, M., & McAfee, B. R. (2004) A comparison of the quality of European, Japanese and U.S. mission statements: a content analysis. *European Management Journal*, 22 (4), 393-401.
- Baumgartner, R.J. (2009) Organizational culture and leadership: preconditions for the development of a sustainable corporation. *Sustainable Development*, 17, 102-113.
- Baumgartner, R.J. (2014) Managing corporate sustainability and CSR: a conceptual framework combining values, strategies and instruments contributing to sustainable development. *Corporate Social Responsibility Environmental Management*. 21, 258-271.
- Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa). (2013) *Metodologia do ISE*. São Paulo: Bovespa.
- Burke, L. & Logsdon, J.M. (1996) How corporate social responsibility pays off. *Long Range Planning*. 29(4), 495-502.
- Busch, S. E., & Ribeiro, H. (2009) Responsabilidade socioambiental empresarial: revisão da literatura sobre conceitos. *Revista de Gestão Integrada de Saúde do Trabalho e Meio Ambiente*. 4 (2), 33-64.
- Cabestré, S. A., Graziadei, T. M., & Filho, P. P. (2008) Comunicação estratégica, sustentabilidade e responsabilidade socioambiental: um estudo destacando os aspectos teórico-conceituais e práticos. *Revista Conexão – Comunicação e Cultura*. 7 (20), 39-58.
- Cavalcante, L. R. M. T., Bruni, A. L. & Costa, F. J. M. (2009) Sustentabilidade Empresarial e o valor das ações: Uma análise na bolsa de valores de São Paulo. *RGSA*. 3 (1), 70-86.
- Clarkson, P. M., Li, Yue, Richardson, G. D. & Vasvari, Florin. (2011) Does it really pay to be green? Determinants and consequences of proactive environmental strategies. *Journal of Accounting and Public Policy*. 30, 122-144.
- David, F. R. (1989) How companies define their mission. *Long Range Planning*, 22(1), 90-97.
- Dechant, K. & Altman, B. (1994) Environmental leadership: from compliance to competitive advantage. *Academy of Management Executive*. 8(3), 7-20.
- Dentchev, N.A. (2004) Corporate social performance as a business strategy. *Journal of Business Ethics*. 55(4), 397-412.
- Drucker, P. (1975) *Administração: responsabilidades, tarefas, práticas*. São Paulo: Pioneira.
- Epstein, M. J. (2008) *Making sustainability work: best practices in managing and measuring corporate social, environmental and economic impacts*. San Francisco: Berrett-Koehler.
- Fávero, L. P., Belfiore, P., Silva, F. L., & Chan, B. L. (2009) *Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões*. São Paulo: Elsevier.
- Freeman, E.R (1984) *Strategic management: a stakeholder approach*. Bostom: Pitman.
- Garza, F.A. (2013) A framework for strategic sustainability in organizations: a three pronged approach. *Journal of Comparative International Management*. 16(1), 23-36.
- Gray, R. (2006) Social, environmental and sustainability reporting and organizational value creation? Whose value? Whose creation? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 19 (6), 793-819.



- Gray, R., & Bebbington, J. (2001) *Accounting for the environment*. (2. ed.) London: Sage.
- Hahn, R. (2013) ISO 26000 and the standardization of strategic management processes for sustainability and corporate social responsibility. *Business Strategy and the Environment*. 22, 442-455.
- Hadi, A. S. (1992) Identifying multiple outliers in multivariate data. *Journal of the Royal Statistical Society*. 54(3), 761-771.
- Hilbe, J. H. (2009) *Logistic regression models*. Boca Raton: Chapman & Hall.
- Judge, W. Q. Jr & Douglas, T. J. (1998) Performance implications of incorporating natural environmental issues into the strategic planning process: an empirical assessment. *Journal of Management Studies*. 35(2), 241-262.
- Kant, I. (1964) *Groundwork of the metaphysics of morals*. New York: Harper & Row.
- Klemm, M., Sanderson, S., & Luffman, G. (1991) Mission statements: selling corporate values to employees. *Long Range Planning*, 24(3), 73-78.
- Lankoski, L. (2007) Corporate responsibility activities and economic performance: a theory of why and how they are connected. *Business Strategy and Environment*. 17(8), 536-547.
- Lee, D. & Faff, R. W. (2009) Corporate sustainability performance and idiosyncratic risk: a global perspective. *The Financial Review*. 44, 213-237.
- Lorenzetti, D. H., Cruz, R. M., & Ricioli, S. (2008) Estratégia empresarial e sustentabilidade: um modelo integrador. *Revista de Pós-Graduação da Unifiefio*. 2 (3), 36-57.
- Maxwell, J., Rothenberg, S., Briscoe, F. & Marcus, A. (1997) Green schemes: corporate environmental strategies and their implementation. *California Management Review*. 39(3), 118-134.
- Moneva, J.M, Rivera-Lirio, J.M. & Munoz-Torres, M.J. (2007) The corporate stakeholder commitment and social and financial performance. *Industrial Management & Data System*. 107 (1), 84-102.
- Mussoi, A., Lunkes, R. J., & Silva, R. V. (2011) Missão institucional: uma análise da efetividade e dos principais elementos presentes nas missões de empresas brasileiras de capital aberto. *Revista de Gestão [Rege]*. 18 (3), 361-384.
- Nunes, J., Teixeira, A.J., Nossa, V. & Galdi, F.C. (2010) Análise das variáveis que influenciam a adesão das empresas ao índice BM&F Bovespa de sustentabilidade empresarial. *BASE – Revista de Adm e Contabilidade da Unisinos*. 7(4), 328-340.
- Oliveira, A. C. et al. (2011) Alinhamento da estratégia para a sustentabilidade com as competências essenciais: uma revisão bibliográfica. In: *Congresso Brasileiro de Engenharia da Produção, 1*, Paraná, Aprepro.
- Parisi, C. (2013) The impact of organizational alignment on the effectiveness of firms sustainability strategic performance measurement system: an empirical analysis. *Journal Management and Governance*. 17, 71-97.
- Payne, D.M. & Raiborn C.A. (2001) Sustainable development: the ethics support the economics. *Journal of Business Ethics*. 32, 157-168.
- Pearce, J. A. II. (1982) The company mission as a strategic tool. *Sloan Management*. 23 (3), 15-24.
- Pearce, J. A. II., & David, F. (1987) Corporate mission statement: the bottom line. *The Academy of management Executive*. 2(1), 109-116.
- Porter, M.E. & Linde Van der, C. (1995) Green and competitive. *Harvard Business Review*, 120-134, Sep-Oct.
- Raiborn, C. A., & Joyner, B. E. (2004) *Substantiate environmental practice through environmental reporting, mission and strategy*. In: Karim, K.E. & Rutledge, R. W. Environmental disclosure practices and financial performance. (1ed.) New York: Praeger.
- Silva, J. O., Rocha, I., Wienhage, P., Rausch, R. B. (2009) Gestão ambiental: uma análise da evidenciação das empresas que compõem o índice de sustentabilidade empresarial (ISE). *RGSA – Revista de Gestão Social e Ambiental*. 3 (3), 56-71.



- Sousa, A. C. C. (2006) *Responsabilidade social e desenvolvimento sustentável: a incorporação dos conceitos à estratégia empresarial*. Dissertação de Mestrado, Departamento de Engenharia (Coppe), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.
- Strand, R. (2014) Strategic leadership of corporate sustainability. *Journal of Business Ethics*. 123, 687-706.
- Teixeira, E.A., Nossa, V. & Funchal, B. (2011) O índice de sustentabilidade empresarial (ISE) e os impactos no endividamento e na percepção de risco. *Revista de Contabilidade & Finanças*. 22(55), 29-44.
- Teles, J., & Lunkes, R. J. (2011) Efetividade da missão institucional: um estudo nas 100 maiores empresas de capital aberto do Brasil. In: *Congresso Anpcont*, 5, Espírito Santo, Anpcont.
- Teodósio, A. S. S., Barbieri, J. C., & Csillag, J. M. (2006) Sustentabilidade e competitividade: novas fronteiras a partir da gestão ambiental. *Revista Ibero-Americana de Estratégia*, 5 (1), 37-49.

Recebido em: 04/02/2015

Publicado em: 30/04/2015