



Universidade Federal do Rio Grande - FURG

Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental

Revista do PPGEA/FURG-RS

ISSN 1517-1256

Programa de Pós-Graduação em Educação Ambiental

**A Efetividade da Missão e a Evidenciação da Responsabilidade Socioambiental:
Uma Análise em Organizações do Segmento de Papel e Celulose**

Thiago Bruno de Jesus Silva¹

Raimundo Nonato Lima Filho²

Resumo: A missão institucional é considerada um norte quanto à condução de ações empresariais no seu direcionamento frente à sociedade. Este estudo objetivou investigar o eventual alinhamento da declaração da missão institucional com as ações e decisões organizacionais relacionadas à responsabilidade social e ambiental. Para tanto, avaliou se a missão institucional serve como um direcionador efetivo do planejamento estratégico, verificando a incidência dos elementos elencados pelo modelo estabelecido por Pearce (1982); e analisou as informações socioambientais evidenciados nos relatórios de sustentabilidade por quatro grupos de indicadores em consonância com os procedimentos fixados pela Norma Brasileira de Contabilidade T-15 e outras recomendações dos Institutos Ethos e Ibase, além das diretrizes estabelecidas pelo *Global Reporting Initiative* (GRI) estabelecidos por Sampaio *et al.* (2012). A amostra deste estudo foi formada por empresas do segmento de papel e celulose da base de dados da Revista Exame Maiores e Melhores do ano de 2012, que foram encontradas as missões institucionais com terminologias indicando declaração pública de responsabilidade socioambiental e os relatórios de sustentabilidade. A técnica estatística utilizada foi a análise de variância com a intenção de comparar as médias obtidas por cada item que formava os grupos de indicadores. Os achados empíricos permitem evidenciar uma eventual existência que as organizações do segmento de papel e celulose buscam por intermédio desses dois sinalizadores se legitimarem perante a sociedade, alinhando-se como respostas as pressões sociais por um desenvolvimento sustentável, comportamento socialmente aceitável e para que se mantenham operando prosperamente.

¹ Mestrando em Contabilidade e Controladoria (FURB). Especialista em Controladoria (UNEB). Email: thiagobruno.silva@yahoo.com.br

² Doutorando em Controladoria e Contabilidade (FEA/USP). Doutor em Administração (UFBA). Email: rnfilho@uneb.br

1. CONTEXTUALIZAÇÃO

A organização representa organismo vivo numa sociedade de mudanças, desempenhando um papel de cunho participativo, sendo responsável direto na distribuição de benefícios e na sua utilidade social. Uma empresa emprega pessoas, mantém intercâmbio com outras organizações e comunidades, disponibiliza seus produtos e serviços; exercendo influência direta ou indireta no meio em que se encontra. A sociedade atual tem se revelado, de maneira crescente, sua inquietação com as questões socioambientais, como por exemplo: aspectos relativos à distribuição de renda, desemprego, trabalho infantil, aquecimento global, falta de água, poluição e uso indevido de recursos naturais (HOURNEAUX JÚNIOR, 2010). Diante dessa nova perspectiva, as organizações passam a ser exigidas por comportamentos que culminem em ações e decisões socialmente aceitas nesse novo contexto.

A missão institucional é considerada um norte quanto à condução de ações empresariais no seu direcionamento frente à sociedade. É uma declaração, elaborada no primeiro momento do planejamento estratégico, tornando-se um conjunto de objetivos, interesses e cultura evidenciados ao seu público. Esta declaração deve ser de uma forma simplista, mas clara e realista, permitindo o estabelecimento de estratégias e políticas para que se possam iniciar as atividades (DRUCKER, 1973). As ações organizacionais devem seguir o modelo de gestão planejado, sobretudo pela missão institucional, sendo uma instituição de diretriz para sua execução.

Essas organizações, paulatinamente, tem assumido um papel não só de produtores de riqueza. Não mais é suficiente disponibilizar seus serviços/produtos aos clientes (PORTER; KRAMER, 2002). Em tempos atrás, a empresa que se instalasse em determinada localidade já cumpriria seu papel em termo da responsabilidade social, visto que gerava empregos, aumentava o desenvolvimento da região em que estava inserida e garantia condições básicas de sobrevivência à população local. Atualmente, as expectativas estão voltadas para o cuidado com o meio ambiente, oferta de melhores condições de trabalhos a seus colaboradores, através de benefícios voluntários, que se envolvam em projetos sociais. Tem-se uma forte tendência que as organizações visem incluir posturas responsáveis perante aos impactos que possam proporcionar ao quadro social do sistema no qual administram seus negócios (HARTMAN; RUBIN; DHANDA, 2007). A Teoria da Legitimidade explica que para continuar operando prosperamente, as empresas devem agir dentro do que a sociedade identifica como comportamento socialmente aceitável, dentro de um sistema social que envolve normas, valores, convicções e definições (O'DONOVAN, 2002). A organização que demonstra agir conforme as regras, normas, valores e definições e que proporcione benefícios à sociedade tem seu grau de legitimidade (MACHADO, 2010).

A empresa é participante-chave para alcançar o bem-estar econômico, ambiental e social. As atividades corporativas são relevantes, uma vez que a sustentabilidade é necessária para o desenvolvimento duradouro da economia e da sociedade (CINTRA, 2011). A atuação socialmente responsável é diretamente ligada ao modelo de gestão implementado. Quando o

modelo e suas diretrizes estratégicas são pautados na responsabilidade social, as pessoas envolvidas primarão pela ética e ações sociais (BONATTO; MAUSS; MAGALHÃES, 2007). Donaldson e Preston (1995) ressaltam sobre as declarações públicas, tais como a missão institucional, são criadas para transmitirem uma visão aos *stakeholders* (partes interessadas) sobre o modo em que a organização (executivos, diretoria) quer ser percebida, tais como: "Politicamente correto e/ou socialmente aceitável". Tornando uma resposta as devidas discussões quanto ao papel da empresa como agente social, onde se tem sinalizado que é cada vez mais vista pela imagem que projeta (CREDIDIO, 2008).

Segundo o documento “diretrizes de responsabilidade social” ISO 26.000, da *International Organization for Standardization* (WARD, 2012), a responsabilidade social da organização tem a ver com os impactos das suas decisões e atividades na sociedade e no meio ambiente, partindo do comportamento ético e transparente que contribua para o desenvolvimento sustentável, saúde e bem estar social, considerando as expectativas das partes interessadas, em conformidade da legislação e normas internacionais de comportamento, e que esteja integrada em todo ambiente interno organizacional. Desta forma, este estudo busca responder ao seguinte problema de pesquisa: **qual a relação entre a missão institucional e as ações/decisões que as organizações evidenciam envolvendo partes interessadas e questões socioambientais?**

Por sua vez, este estudo objetiva investigar o eventual alinhamento da declaração da missão institucional com suas ações com relação à responsabilidade social e ambiental. A base teórica que sustenta esta pesquisa é a Teoria da Legitimidade. A literatura sobre a declaração de missão é bastante abundante. Este estudo, assim como a pesquisa empírica do Bartkus e Glassman (2008) onde analisaram o alinhamento entre as partes interessadas e a declaração da missão, se concentrou em elementos da declaração da missão que indiquem declaração pública de responsabilidade socioambiental. Pearce (1982) propôs um modelo básico no artigo *The company mission as a strategic tool* com 8 elementos que devem estar presentes na frase da missão para torná-la uma ferramenta eficiente do planejamento estratégico. Os elementos são: o tipo básico de produto ou serviço oferecido; os mercados primários ou grupo de consumidores que serão beneficiados com os produtos ou serviços vendidos; a tecnologia que será utilizada na produção ou entrega do produto ou serviço; a preocupação fundamental pela sobrevivência por meio do crescimento e da lucratividade; a filosofia empresarial; a imagem pública desejada; o conceito próprio da firma, isto é, a imagem transmitida para seus afiliados; e o domínio geográfico da organização.

Para alcançar o objetivo geral, secundariamente, foram elaborados os seguintes objetivos específicos: (a) Avaliar se a missão institucional serve como um direcionador efetivo do planejamento estratégico, verificando a incidência dos elementos elencados por Pearce (1982). (b) Analisar as informações socioambientais evidenciadas pelas empresas analisadas nos relatórios de sustentabilidade.

Justifica-se a necessidade e a importância desta investigação devido aos possíveis resultados que esta pesquisa pode trazer ao campo da responsabilidade social e ambiental, uma vez que investiga se as organizações alinham a missão de acordo a sua atuação com as partes interessadas e com as questões socioambientais. Bartkus e Glassman (2008) ressaltam

que nem sempre as ações de uma organização são alinhadas com as promessas ditas na missão institucional. Estes autores citam o exemplo das ações de executivos da Enron contrastava fortemente com frases na missão da organização sobre a importância da integridade, respeito e comunicação. As informações divulgadas por esta empresa não revelavam o quadro situacional, cujas investigações declararam a manipulação de resultados, com ajuda externas (bancos, auditoria, consultoria), omitindo dívidas por anos consecutivos e criando lucros sem base contábil. Em síntese, havia conflito das ações organizacional com o que declarava na sua missão.

2. MOLDURA TEÓRICA

A missão de uma empresa descreve seu produto, sua tecnologia, o mercado, sendo um conjunto de crenças que orientam as decisões estratégicas como um meio de autoavaliação no intuito de saber quem é, qual o motivo de sua existência e qual o caminho a empresa procura seguir. Segundo Pearce (1982), a missão deve ser uma declaração abrangente e ao mesmo tempo duradoura do propósito da organização. Serve assim, para distinguir o negócio, ainda que se trate do mesmo ramo de atividades, e identificar o escopo das operações de uma empresa em relação ao que produz e em face do mercado. Este autor argumenta que a missão institucional não representa apenas as filosofias da decisão estratégica, mas, sobretudo, a imagem que a organização procura projetar, seu conceito particular e sua área de atuação, demonstrando os produtos ou serviços com o qual busca satisfazer as necessidades das partes interessadas. Bartkus, Glassman e McAfee (2000) defendem que o propósito do enunciado da missão institucional é apresentar uma descrição da firma que permita aos empregados, consumidores, fornecedores e investidores (atuais e em prospecção) decidirem se desejam ou não se envolver com a entidade. Bart e Bontis (2003) entendem que a missão eficaz articula as maneiras específicas para proteger a fidelidade dos clientes e atrair colaboradores preparados para atendê-los. Uma missão bem elaborada pode trazer uma gama enorme de benefícios para a empresa, aumentando-lhe a rentabilidade; entretanto, uma missão mal elaborada pode ocasionar sérios prejuízos e macular a imagem que a companhia passa aos seus *stakeholders* (MUSSOI; LUNKES; SILVA, 2011). É provável se esperar uma missão divulgada que contemple clareza e adequado retrato da organização. No entanto, a declaração de missão não é sempre um preciso autorretrato (ASHFORTH; GIBBS, 1990; WADDOCK; SMITH, 2000; WRIGHT, 2002).

Pearce (1987) afirma que a missão institucional se configura como ferramenta de apoio no planejamento estratégico, ela deve apresentar de forma objetiva os elementos que possam ser mensuráveis e avaliados periodicamente. Estes elementos devem ser: o tipo básico de produto ou serviço oferecido; os mercados primários ou grupo de consumidores que serão beneficiados com os produtos ou serviços vendidos; a tecnologia que será utilizada na produção ou entrega do produto ou serviço; a preocupação fundamental pela sobrevivência por meio do crescimento e da lucratividade; a filosofia empresarial; a imagem pública desejada; o conceito próprio da firma, isto é, a imagem transmitida para seus afiliados; e o domínio geográfico da organização.

As organizações procuram obter apoio do ambiente social de forma que consiga legitimar suas práticas e consolidar sua marca no mercado em que atua (CINTRA, 2011). Muitas declarações de missão também incluem frases que indicam que a empresa está preocupada com a sua imagem pública e questões de política social (DAVID, 1989). A responsabilidade social corporativa possui a ideia básica que a organização e a sociedade são entrelaçadas e não distintas, assim sendo, a sociedade tem certa expectativa quanto ao apropriado comportamento e resultado empresarial (WOOD, 1991). A teoria da legitimidade é, essencialmente, orientada para visualizar a organização como um componente de um ambiente social do qual fazem parte diversos organismos que interagem entre si (MACHADO, 2010).

A legitimidade é um estado a ser alcançado por uma instituição para garantir sua sobrevivência e crescimento. É necessário encontrar meios de legitimar-se, demonstrando a distribuição de benefícios econômicos, sociais ou políticos visando ter a aprovação social (DEEGAN; RANKIN, 1997; MAGNESS, 2006). Praticar a responsabilidade social empresarial requer a necessidade de se ter visão a diversas exigências nas relações de parceria entre clientes e fornecedores, na produção de qualidade, contribuições visando o desenvolvimento da comunidade, investimentos em pesquisa tecnológica, preservação do meio ambiente, redução de ações predatórias, participação dos trabalhadores nos resultados organizacionais, qualificação responsável, respeito ao cidadão. Para alcançar a legitimidade, é necessária a adoção de certos procedimentos, não que se assegurem na eficiência deles, mas porque a sociedade compreende que alguns mecanismos são eficazes e, assim, impõe-lhes o dever de observá-los (DEEGAN, 2002). Uma das formas que as empresas têm encontrado para alcançar legitimidade tem sido por meio da evidenciação voluntária de informações socioambientais, já que este tipo de informação é alinhado com as preocupações da sociedade (GRAY; BEBBINGTON; WALTERS, 1993; HOPWOOD, 2009). Paz e Froemming (2006) argumentam que muitas empresas afirmam ser socialmente responsáveis, entretanto, no campo prático não efetiva nas suas ações diárias. A criação e divulgação de missões podem ser o resultado de pressões sociais (MEYER; ROWAN, 1977) para auferir legitimidade (SUCHMAN, 1995).

No Brasil, algumas organizações vêm desempenhando um papel relevante quanto ao estabelecimento de orientações para a evidenciação de informações socioambientais. O Instituto Ethos orienta as empresas com relação à Responsabilidade Social Empresarial, discutindo a necessidade da transparência das ações desenvolvidas no âmbito social e ambiental, levando ao desenvolvimento sustentável. Para ajudar a cumprir esta ação, o Instituto Ethos criou Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial determinando os procedimentos que abordam valores, transparência e governança, público interno, meio ambiente, fornecedores, consumidores, clientes, comunidade, governo e sociedade.

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), fundado em 1981, mantém compromisso em estabelecer diretrizes para publicação de informações sociais e ambientais. Assim, criaram os indicadores sociais internos, externos, indicadores ambientais e indicadores do corpo funcional. A estrutura de indicadores do IBASE contempla mais indicadores sociais do que ambientais.

No mesmo sentido de estabelecer diretrizes visando a divulgação das informações socioambiental, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) publicou a Norma Brasileira de Contabilidade (NBC) T – 15 em 2004. Esta norma aponta procedimentos para evidenciar as informações por meio dos gastos relacionados com recursos humanos, com a sociedade ou com o meio ambiente, que para a finalidade desta pesquisa foram conceituados em: (a) Indicadores Sociais Internos (ISI), evidencia informações com os gastos de remuneração de colaboradores e encargos sociais, benefícios, movimentação de funcionários e estagiários, participação do lucro, descrição de gênero, faixa etária e nível de escolaridade; (b) Indicadores Sociais Externos (ISE), evidenciação de informações sobre a relação com a comunidade, os gastos em educação, cultura, saneamento, infraestrutura, esportes e lazer; (c) Indicadores Ambientais (IA), evidencia informações quanto aos programas e projetos de recuperação ambiental, gastos de educação ambiental do colaborador e comunidade, quantidade de processos ambientais e os seus respectivos valores, riscos ambientais e passivos contingentes.

Foram criadas diretrizes pelo *Global Reporting Initiative* (GRI) com o intuito de contribuir e incentivar a elaboração de relatórios de sustentabilidade. Em relação aos procedimentos do GRI para evidenciação das informações, estão divididos em dois grupos, sendo a primeira contendo a definição do conteúdo, a qualidade e o limite do relatório. Esses itens fornecem a identificação para as empresas sobre as expectativas dos usuários, no que deve e o quanto ser evidenciado. O segundo grupo contém o perfil da organização, as formas de gestão e os indicadores sobre o desempenho econômico, social e ambiental. A GRI (2000, p. 3) afirma que elaborar relatórios de sustentabilidade é a prática de medir, divulgar e prestar contas para partes interessadas do desempenho organizacional com o intuito ao desenvolvimento sustentável. Possui como finalidade “descrever os impactos econômicos, ambientais e sociais (*triple bottom line*) de uma organização, como o relatório de responsabilidade social empresarial, o balanço social, entre outros”.

3. TRAJETÓRIA METODOLÓGICA

A pesquisa se caracteriza como descritiva que, no entendimento de Vergara (2000, p. 47), “expõe características de determinada população [...] Não tem compromisso de explicar os fenômenos que descreve, embora sirva de base para tal explicação”.

Em função do objetivo proposto, as técnicas ou estratégias de pesquisa (MARTINS; THEÓPHILO, 2007) utilizadas foram: A pesquisa bibliográfica, compreendendo leitura de teses, dissertações e artigos nacionais e internacionais para os fundamentos teóricos do estudo. A pesquisa documental ocorreu por meio de consulta e análise das declarações públicas de missão e dos relatórios de sustentabilidade disponíveis na *internet*, *websites* da própria empresa ou em instituições voltadas à responsabilidade social corporativa (RSC).

O universo da pesquisa constituiu-se de organizações que exploram o setor de papel e celulose. Justifica-se a escolha desse ramo por ser composto por empresas que exercem atividades que podem gerar grandes impactos para o ambiente e, por isso, segundo Sampaio *et*

al. (2012), tendem a evidenciar um número maior de informações de natureza socioambiental com o intuito de compensar os impactos gerados e de legitimar perante a sociedade.

Visando atingir ao propósito desta pesquisa, buscou avaliar as declarações públicas de missões utilizando os parâmetros definidos por Pearce (1982) com a intenção de perceber a sua efetividade como ferramenta do planejamento estratégico. Também foram analisados os relatórios anuais e de sustentabilidade de empresas do setor de papel e celulose que comporam a amostra da pesquisa, onde estabeleceram indicadores socioambientais, em conformidade dos procedimentos fixados pela Norma Brasileira de Contabilidade (NBC) T-15 e outras recomendações dos Institutos Ethos e Ibase, bem como as diretrizes do *Global Reporting Initiative* (GRI), com o desígnio de investigar a adequação da missão institucional com suas decisões e ações com relação à responsabilidade socioambiental.

Utilizou-se a base de dados da Revista Exame Maiores e Melhores do ano de 2012 e aderiu-se a ao indicador vendas como critério de conveniência para selecionar as entidades com o intuito de constituir a amostra da pesquisa. A escolha por esse critério é pela disponibilização como forma de *ranking* da participação de cada entidade.

Primeiramente, identificou-se o número de empresas que exploram a atividade de papel e celulose em ordem crescente de vendas líquidas. Encontrou-se 22 organizações: Suzano Papel e Celulose S/A; Klabin S/A; Fibria Celulose S/A; International Paper do Brasil Ltda.; Celulose Nipo-Brasileira S/A.; Jari Celulose Papel e Embalagens S.A.; Santher – Fábrica de Papel Santa Terezinha S/A; Veracel Celulose S.A.; Rigesa, Celulose e Papel e Embalagens Ltda.; Bahia Speciality Cellulose S/A; Trombini Embalagens S/A; Milli S/A; Celulose Irani S/A.; Adami S/A. Madeiras; Fábrica de Papel e Papelão Nossa Senhora da Penha S/A.; Bignardi Indústria e Comércio de Papéis e Artefatos Ltda.; Stora Enso Arapoti Indústria de Papel S/A; Iguaçu Celulose Papel S/A; Santa Maria Cia de Papel e Celulose; Ibema Companhia Brasileira de Papel; Primo Tedesco S/A e Avelino Bragagnolo S/A.

Em seguida, buscou-se encontrar a declaração da missão institucional no *site* de cada empresa para analisar a presença de terminologias que indicam menção a responsabilidade social e ambiental. Utilizou-se esta forma de selecionar as empresas visto que elas declaram em sua missão preocupação com as partes interessadas. Foram considerados elementos, como: ambiental, desenvolvimento sustentável, meio ambiente, responsabilidade social, socioambiental e sustentabilidade. Das 22 empresas que constituíram o universo desta pesquisa, 14 empresas foram identificadas a declaração da missão, bem como a presença de terminologias com menção às partes relacionadas.

Foram coletados os relatórios anuais e/ou de sustentabilidade das empresas disponíveis nos *sites* nos anos de 2009, 2010 e 2011. A facilidade de acesso aos dados corroborou pela escolha desse período. No entanto, entre as empresas da amostra desta pesquisa, três não apresentaram relatórios de sustentabilidade, cinco emitiram somente um/dois relatório(s) de sustentabilidade. Desta forma, configura-se a amostra final desta pesquisa as organizações: Suzano Papel e Celulose S.A.; Fibria Celulose S.A.; Celulose Nipo-Brasileira S.A. – Cenibra; Veracel Celulose S.A.; Celulose Irani S.A.; Adami S.A. Madeiras. Assim, foi analisada a existência de alinhamento das declarações de missão com as decisões e ações que as organizações praticam envolvendo partes interessadas e questões sociais, por meio da

evidenciação das informações de acordo com cada grupo de indicadores em conformidade com as diretrizes da NBC T-15 e pela Elaboração do Relatório de Sustentabilidade emitido pelo GRI.

É de ressaltar, visto o meio de consecução dos dados foi mediante a *internet* em abril de 2013, *sites* de quatro organizações encontraram-se em manutenção e 6 entidades apresentam ações ou projetos sociais/ambientais em seu *site*, no entanto essa condição não configura como responsabilidade social e ambiental.

Os grupos de indicadores socioambientais adotados nesta análise foram estabelecidos por Sampaio *et al.* (2012) que investigaram a existência de um processo isomórfico entre os relatórios anuais e de sustentabilidade das empresas que exploram a atividade de mineração, verificando até qual ponto de evidenciação de informações dessa natureza são semelhantes. Fixaram-se indicadores relacionados ao ambiente social interno e externo e as relações da empresa com o meio ambiente, estabelecidos pela NBC T-15. Em relação aos indicadores do Instituto Ethos e Ibase, estabeleceram aqueles voltados a aspectos sociais internos, externos e ambientais. Observando a relevância no cenário internacional das diretrizes fixadas pelo GRI e também pelo número de organizações que tem adotado o modelo destes organismos, sobretudo as do setor de papel e celulose, tornando-se necessário a inclusão de um indicador que investigue o seu atendimento.

Análise de Indicadores Sociais Internos (ISI)	Análise de Indicadores Sociais Externos (ISE)
<p>Evidencia a remuneração média dos funcionários?</p> <p>Evidencia os gastos com encargos sociais?</p> <p>Evidencia os gastos com alimentação e transporte?</p> <p>Evidencia os gastos com previdência privada e saúde?</p> <p>Evidencia os gastos com segurança e medicina do trabalho?</p> <p>Evidencia os gastos com educação e cultura?</p> <p>Evidencia os gastos com desenvolvimento profissional?</p> <p>Evidencia os gastos com creches ou auxílio creche?</p> <p>Evidencia informação das participações nos lucros?</p> <p>Evidencia a movimentação de funcionários (admissão, demissão de funcionários e estagiários)?</p> <p>Evidencia quantidade de funcionários por gênero, faixa etária, nível de escolaridade?</p> <p>Evidencia informações com relação a causas trabalhistas?</p>	<p>Evidencia gastos com educação?</p> <p>Evidencia gastos com cultura?</p> <p>Evidencia gastos com saneamento?</p> <p>Evidencia gastos com saúde?</p> <p>Evidencia gastos com esporte e lazer?</p>

Análise de Indicadores ambientais (IA)	Análise de Atendimento as Diretrizes do GRI (GRI)
Evidencia os investimentos e gastos com manutenção nos processos operacionais para a melhoria do meio ambiente?	Evidencia a estratégia e análise?
Evidencia os investimentos e gastos com a preservação e/ou recuperação de ambientes degradados?	Define os parâmetros do relatório?
Evidencia os investimentos e gastos com a educação ambiental para empregados, terceirizados, autônomos e administradores da entidade?	Evidencia sobre governança, compromissos e engajamento?
Evidencia os investimentos e gastos com educação ambiental para a comunidade?	Evidencia as formas de gestão?
Evidencia os investimentos e gastos com outros projetos ambientais?	Evidencia o resultado econômico?
Evidencia a quantidade de processos ambientais, administrativos e judiciais movidos contra a entidade?	Evidencia informações sobre a gestão de materiais, energia, água, biodiversidade, emissões de resíduos, produtos e serviços, transportes, outros?
Evidencia impactos ambientais negativos / riscos ambientais?	Evidencia informações sobre práticas trabalhistas e trabalho decente?
Evidencia o valor das multas e das indenizações relativas à matéria ambiental, determinadas administrativa e/ou judicialmente?	Evidencia informações sobre os direitos humanos?
Evidencia informações sobre passivos e contingências ambientais?	Evidencia informações sobre a sociedade?
	Evidencia informações sobre a responsabilidade pelo produto?

Quadro 1 – Questões Formuladas para cada grupo de indicadores

Fonte: Sampaio *et al.* (2012), adaptado da NBC T-15 e do Manual de Diretrizes do GRI 2000.

Para verificar o volume de informação de conteúdo socioambiental, foram separados quatro indicadores: ISI, ISE, IA e o indicador denominado GRI. Construíram-se questões que atendessem a cada grupo de indicadores, conforme mencionado no Quadro 1. Com o intuito de verificar a evidenciação ou não das informações, as respostas foram convertidas em variáveis *dummy*. Atribuiu-se código 1 para as respostas positivas e 0 para as respostas negativas. Em seguida, foram somadas as quantidades de respostas positivas, servindo como parâmetro para verificação do volume de informação evidenciada em cada um dos quadrantes. Quanto maior a quantidade de evidenciações individuais em cada quadrante maior o valor atribuído para cada grupo de indicadores.

Para avaliação da efetividade da missão institucional, buscando descrever e classificar os elementos apresentados nas missões optou-se por utilizar o modelo de Pearce (1982) uma vez que diversos estudos corroboram sua utilização em pesquisas. Mussoi, Lunkes e Silva (2011) avaliaram de forma objetiva os elementos das missões institucionais das companhias de capital aberto no Brasil; Teles e Lunkes (2011) verificaram a efetividade das declarações de missão das 100 maiores companhias de capital aberto no Brasil. E para analisar o volume e o nível de evidenciação de informações socioambientais das organizações que divulgaram os

relatórios de sustentabilidade, a análise de dados utilizada será a comparação das médias relacionada ao volume de informações evidenciadas nos relatórios anuais de sustentabilidade.

A hipótese que orientou a execução deste estudo defende que a declaração da missão institucional e as divulgações de práticas socioambientais se convergem como resposta estratégica às demandas da sociedade, de forma a garantir a legitimidade institucional (OLIVER, 1991; SUCHMAN, 1995).

Bartkus e Glassmann (2008) analisaram o alinhamento entre os *stakeholders* e a declaração de missão das organizações, com o objetivo de examinar se essas organizações realmente praticam o que apresentam em suas declarações de missão, concluindo que a inclusão de grupos de interesse específico em missões é dada por interesses institucionais e as questões sociais estão muito mais relacionadas a decisões políticas do que a decisões sustentáveis e responsáveis. Estudo desenvolvido por Bruni, Silva, Paixão e Carvalho Júnior (2008) concluiu que a presença de RSC pode impactar de forma positiva na imagem da empresa e no comportamento dos seus consumidores. A adoção de práticas que ajudem no desenvolvimento da sociedade e na preservação do meio ambiente pode representar uma forte vantagem competitiva, além de contribuir diretamente para a melhoria da sociedade. Desta forma, corrobora-se com a intenção desta hipótese.

4. ANÁLISE DOS DADOS

A análise dos dados buscou avaliar se a missão institucional das organizações do setor de papel e celulose serve como um direcionador efetivo do planejamento estratégico, verificando a incidência dos elementos elencados por Pearce (1982). Logo em seguida, buscou analisar as informações socioambientais evidenciadas nos relatórios de sustentabilidade destas mesmas empresas a fim de observar a evolução e as médias de evidenciação das informações quanto ao desempenho.

A seguir, apresenta-se a Tabela 1 os elementos do modelo de Pearce (1982) identificados nas missões institucionais das 6 organizações do setor papel e celulose, onde foram encontrados nos *sites* a declaração pública da missão institucional.

Tabela 1. Elementos identificados nas missões considerando uma missão efetiva.

Elementos identificados	Frequência	Perc.
Preocupação com a imagem pública	6	100%
Principais clientes e mercados	4	67%
Valores e filosofia corporativa	3	50%
Sobrevivência, crescimento ou lucratividade	3	50%
Tecnologia	2	33%
Produtos ou serviços	2	33%
Domínio geográfico	2	33%
Conceito próprio da empresa	1	17%

Fonte: elaboração própria, 2013.

Por meio da Tabela 1, observa-se um padrão nos resultados encontrados, com a predominância dos elementos ‘preocupação com a imagem pública’ e ‘principais clientes e

mercados'. A maior incidência é dada ao elemento 'preocupação com a imagem pública', seguida do elemento 'principais clientes e mercados', logo após os elementos 'valores e filosofia corporativa' e 'sobrevivência, crescimento ou lucratividade'. Os elementos menos citados são 'tecnologia', 'produtos ou serviços', 'domínio geográfico' e 'conceito próprio da empresa', em último lugar. Estes resultados corroboram com os achados da pesquisa desenvolvida por Mussoi, Lunkes e Silva (2011) que avaliou de forma objetiva os elementos das missões institucionais das companhias de capital aberto no Brasil; também com o estudo de Teles e Lunkes (2011) que verificou a efetividade das declarações de missão das 100 maiores companhias de capital aberto no Brasil, e como objetivo secundário apurar os elementos constantes nessas missões, onde os elementos mais encontrados reforçaram a ideia de exteriorização das missões das empresas brasileiras. Os dois primeiros itens mais citados estão claramente direcionados ao público externo.

Quanto a efetividade da missão institucional, a maioria das organizações pesquisadas apresentam apenas 2 e 3 elementos por missão seguindo o modelo de Pearce (1982). Ainda segundo o modelo, nenhuma das empresas atingiu o nível máximo de 8 elementos evidenciados. Esses resultados indicam que nenhuma organização pesquisada possui missão efetiva, de acordo a visão de Pearce (1982), podendo sugerir que as empresas possam mantê-la por questão de conveniência, sem análise dos elementos que estão incluídos, permitindo concluir que seja mais uma forma de auferir legitimidade (SUCHMAN, 1995).

Encontrado os resultados quanto a efetividade da missão institucional, a partir da próxima tabela, apresentam-se os resultados dos indicadores socioambientais. A Tabela 2 relaciona a evolução anual de médias de cada indicador que fazem parte do grupo de Indicadores Sociais Internos (ISI).

Tabela 2. Estatísticas descritivas dos Indicadores Sociais Internos.

Item evidenciado	2009		2010		2011	
	\bar{x}	S	\bar{x}	S	\bar{x}	s
Remuneração Média dos	0,50	0,54	0,33	0,51	0,66	0,51
Gastos com Encargos Sociais	0,16	0,40	0,16	0,40	0,50	0,54
Gastos com Alimentação e	0,33	0,51	0,33	0,51	0,33	0,51
Gastos com Previdência Privada e	0,83	0,40	0,50	0,54	0,50	0,54
Gastos com Segurança e Medicina do Trabalho	0,50	0,54	0,16	0,40	0,66	0,51
Gastos com Educação e Cultura	0,66	0,51	0,33	0,51	0,33	0,51
Gastos com Desenvolvimento	0,50	0,54	0,33	0,51	0,33	0,51
Gastos com Creches ou Auxílio	0,50	0,54	0,66	0,51	0,83	0,40
Informação das participações nos	0,50	0,54	0,50	0,54	0,66	0,51
Movimentação de funcionários (admissão, demissão de funcionários)	0,33	0,51	0,33	0,51	0,16	0,40
Quantidade de funcionários por gênero, faixa etária, nível de	0,50	0,54	0,33	0,51	0,33	0,51
Informações com relação a causas trabalhistas	0,83	0,40	0,66	0,51	0,66	0,51

Fonte: Sampaio *et al.* (2012), adaptado da NBC T-15 e do Manual de Diretrizes do GRI 2000.

Observou-se através da análise comparativa que as informações com Gastos com Encargos Sociais e Gastos com Creches ou Auxílio Creche tiveram crescimentos quanto à evidenciação. Os indicadores Gastos com Previdência Privada e Saúde e Informações com relação às causas trabalhistas alcançaram uma maior variação relacionada ao grupo de indicadores. Verificou-se a preocupação das organizações em melhorar sua imagem com o seu público interno, visto o impacto que pode gerar já que os colaboradores é o grupo de usuários mais próximos do ambiente de relação empresarial. O acréscimo no nível de divulgação contempla a imagem institucional que contribui para ser vista como socialmente aceitável dada às pressões dos grupos de trabalhadores, dos órgãos e sindicatos que buscam melhores condições de trabalho, bem como sinalizar ao mercado o compromisso da organização com os seus colaboradores.

A Tabela 3 verifica a evolução anual de médias das informações que fazem parte dos Indicadores Sociais Externos (ISE).

Tabela 3. Estatísticas descritivas dos Indicadores Sociais Externos.

Item evidenciado	2009		2010		2011	
	\bar{x}	S	\bar{x}	S	\bar{x}	S
Gastos com educação	0,66	0,51	0,33	0,51	0,33	0,51
Gastos com cultura	1,00	-	0,66	0,51	0,66	0,51
Gastos com saneamento	0,83	0,40	0,66	0,51	0,50	0,54
Gastos com saúde	0,33	0,51	0,33	0,51	0,50	0,54
Gastos com esporte e lazer	1,00	-	0,50	0,54	0,66	0,51

Fonte: Sampaio *et al.* (2012), adaptado da NBC T-15 e do Manual de Diretrizes do GRI 2000.

A partir da Tabela 3, verifica que nos últimos anos as organizações priorizam informações relacionadas aos gastos com saúde e também com o esporte e lazer. Cabe ressaltar o decréscimo dos outros itens. Desta forma, observa-se que esses dois indicadores são responsáveis pela maior influência sobre o público externo, quando se diz em proporcionar maiores benefícios às comunidades. Cintra (2011) em estudo onde mapeou e analisou a integração da sustentabilidade às práticas de controle gerencial (CG) das empresas brasileiras, afirma que as organizações procuram obter apoio do ambiente social de forma a obter a legitimidade.

Observa-se que os indicadores ISI e ISE propõem a condição de legitimidade das empresas já que atuam com sensibilidade aos problemas sociais tanto com os colaboradores e também com a comunidade, demonstrando comportamento social dando publicidade às suas ações e decisões que são firmadas na missão empresarial. Oliveira (2008) concluiu que é possível afirmar que as ações socioambientais evidenciam aumento de produtividade pelos colaboradores, no momento em que são concedidas vantagens a estes e às suas respectivas famílias e, assim, potencializam o mercado da organização ao influenciar no comportamento dos consumidores e acionistas que são sensíveis às questões sociais e ambientais.

A Tabela 4 observa a evolução anual de médias das informações que fazem parte dos Indicadores Ambientais (IA).

Tabela 4. Estatísticas descritivas dos Indicadores Ambientais.

Item evidenciado	2009		2010		2011	
	\bar{x}	S	\bar{x}	S	\bar{x}	S
Investimentos e gastos com manutenção nos	0,50	0,54	0,33	0,51	0,66	0,51
Investimentos e gastos com a preservação e/ou	0,66	0,51	0,50	0,54	0,66	0,51
recuperação de ambientes degradados						
Investimentos e gastos com a educação ambiental	0,66	0,51	0,66	0,51	0,83	0,40
para empregados, terceirizados, autônomos e						
administradores da entidade						
Investimentos e gastos com educação ambiental	0,66	0,51	0,50	0,54	0,66	0,51
para a comunidade						
Investimentos e gastos com outros projetos	0,33	0,51	0,33	0,51	0,83	0,40
Quantidade de processos ambientais,	0,83	0,40	0,66	0,51	0,83	0,40
administrativos e judiciais movidos contra a						
Impactos ambientais negativos / riscos ambientais	0,83	0,40	0,50	0,54	0,50	0,54
Valor das multas e das indenizações relativas à	0,83	0,40	0,83	0,40	0,83	0,40
matéria ambiental, determinadas administrativa						
Informações sobre Passivos e contingências	0,83	0,40	0,66	0,51	0,66	0,51

Fonte: Sampaio *et al.* (2012), adaptado da NBC T-15 e do Manual de Diretrizes do GRI 2000.

Quantos aos indicadores de cunho ambiental, as informações evidenciadas entre investimentos e gastos com a educação ambiental para empregados, terceirizados, autônomos e administradores da entidade e investimentos e gastos com outros projetos ambientais tiveram crescimento relevantes de 2009 para 2011. Pode-se considerar por ser o segmento das organizações voltado a proporcionar grande impacto ambiental, torna-se o principal compromisso divulgar informações, já que o público tanto interno quanto externo tem interesse em ter conhecimento quanto aos cuidados ambientais já que influenciam diretamente o impacto de uma degradação ambiental, por exemplo. Deegan e Rankin (1996) informam que as informações ambientais contribuem para a melhoria da percepção da imagem institucional. Desta forma, com a grande atenção da sociedade, a divulgação de informações que contenha investimento com educação das pessoas que atuam na empresa, buscando a preservação ambiental, sinaliza a preocupação dos gestores com essas causas, na busca de formar uma imagem de incorporação nas suas práticas diárias de preocupação com a qualidade de vida dos seus colaboradores. A convergência da missão institucional e as práticas socioambientais devem possuir plenas ligações, visto que os princípios formam a identidade organizacional sendo o que se propõe a fazer durante seu ciclo de existência.

A Tabela 5 relaciona a evolução anual de médias das informações que fazem parte dos Indicadores estabelecidos pelo *Global Reporting Initiative* (GRI).

Tabela 5. Estatísticas descritivas dos Indicadores GRI.

Item evidenciado	2009		2010		2011	
	\bar{x}	S	\bar{x}	S	\bar{x}	S

Estratégia e análise	0,33	0,51	0,16	0,40	0,16	0,40
Definição dos parâmetros do relatório	0,33	0,51	0,16	0,40	0,33	0,51
Governança, compromissos e	0,16	0,40	0,00	-	0,16	0,40
Formas de gestão	0,16	0,40	0,00	-	0,16	0,40
Resultado econômico	0,33	0,51	0,33	0,51	0,33	0,51
Gestão de materiais, energia, água, biodiversidade, emissões de resíduos, produtos e serviços, transportes, outros.	0,33	0,51	0,16	0,40	0,16	0,40
Práticas trabalhistas e trabalho decente	0,00	-	0,00	-	0,16	0,40
Direitos Humanos	0,66	0,51	0,50	0,54	0,50	0,54

Fonte: Sampaio *et al.* (2012), adaptado da NBC T-15 e do Manual de Diretrizes do GRI 2000.

Observa-se que as médias dos indicadores do GRI foram menores quanto aos outros indicadores discutidos anteriormente (Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais). Percebe-se que o nível de atendimento as diretrizes do modelo GRI é bastante inicial e tímido, onde o relatório de sustentabilidade das diretrizes da NBC T-15 em consonância com as recomendações do Ibase e Ethos possuem maior força de evidenciação de informações socioambientais. Essa condição pode ser explicada pelo fato que essas organizações iniciaram recentemente a apresentar informações relativas ao compromisso com a sociedade e meio ambiente. Fregonesi (2009) reforça informando que esse relatório de sustentabilidade é simples, condensado, mas os indicadores são muito objetivos e apoiado nos quatro pilares do Balanço Social; bem como aborda alguns questionamentos concernentes à postura ética empresarial.

a. CONFIRMAÇÃO DA HIPÓTESE DA PESQUISA

Para atingir o objetivo de verificar se a declaração pública da missão institucional e as evidenciações das práticas socioambientais são convergentes como resposta às partes interessadas no intuito de assegurar legitimidade, foram aplicados a avaliação da efetividade da missão como uma ferramenta direcionadora ao planejamento estratégico, por meio dos elementos participantes sob a visão de Pearce (1982) e a análise dos relatórios de sustentabilidade por meio dos volumes e média de informações anuais.

Na avaliação das missões, não se encontrou efetividade da missão como ferramenta de apoio ao planejamento estratégico, tendo maior incidência os elementos ‘preocupação com a imagem pública’, seguida do elemento ‘principais clientes e mercados’, segundo o método aplicado. A maioria das organizações pesquisadas apresentam apenas 2 e 3 elementos por missão seguindo o modelo de Pearce (1982). Ainda segundo o modelo, nenhuma das empresas atingiu o nível máximo de 8 elementos evidenciados. Desta forma, visto o item mais assinalado se tratar da preocupação com a imagem pública, as organizações mantêm a declaração pública da missão institucional por questão de conveniência, sem análise dos

elementos que estão incluídos, permitindo concluir que seja mais uma forma de auferir legitimidade, sendo apenas uma ferramenta de *marketing* gerencial disposto a valorar a imagem da organização, conforme mencionado por Mussoi, Lunkes e Silva (2011).

Na análise das evidenciações das informações de cunho socioambiental, mediante ao estabelecimento de grupos de indicadores, três deles (ISI, ISE e IA) da Norma Brasileira de Contabilidade T -15, sendo em consonância com as recomendações dos institutos Ethos e Ibase, o segundo formado pelas diretrizes do *Global Reporting Initiative* (GRI), observou-se a evolução dos três últimos anos do volume de informações e as médias de evidenciação de acordo ao desempenho das 6 empresas da amostra final da pesquisa. A Tabela 6 expõe os resultados dos indicadores de desempenho dos totais obtidos de respostas positivas para os itens pertencentes aos grupos ISI, ISE, IA e GRI. Observa-se que os valores médios do ISI e ISE reduziram e os indicadores dos grupos IA e GRI aumentaram.

Tabela 6. Estatísticas descritivas dos grupos de indicadores.

Valor médio do item evidenciado	2009		2010		2011	
	\bar{x}	S	\bar{x}	S	\bar{x}	S
ISI	0,51	0,20	0,39	0,14	0,51	0,20
ISE	0,77	0,28	0,50	0,20	0,53	0,26
IA	0,65	0,37	0,56	0,26	0,72	0,27
GRI	0,29	0,11	0,17	0,08	0,25	0,10

Fonte: Sampaio *et al.* (2012), adaptado da NBC T-15 e do Manual de Diretrizes do GRI 2000.

As maiores médias obtidas entre os indicadores ambientais pode ser explicado devido a propensão de se divulgar mais informações de desempenho ambiental já que o segmento organizacional é de uma área altamente propensa a preocupação social devido aos impactos que as atividades diárias podem ocasionar. A evidenciação dessas práticas de responsabilidade socioambiental é uma forma eficaz das empresas se legitimarem, uma vez que a legitimidade social é concedida à empresa a partir do momento em que suas crenças e valores se alinham ao conjunto que a sociedade entende como adequado (CZESNAT, 2009). Assim, segundo Deegan e Rankin (1996), as empresas buscam divulgar informações em seus relatórios ambientais que favoreçam a sua imagem institucional, e tendem omitir informações de natureza desfavorável e que possam ocasionar impacto negativo em sua imagem frente a sociedade. Quanto à média obtida pelo Indicador GRI pode ser explicado por esse relatório ser adotado por companhias em todo mundo, e ser aceito por diversas instituições e organismos internacionais, já que as organizações do segmento de papel e celulose possuem relações comerciais com outros países. Moneva, Archel e Correia (2006) explicam que as diretrizes desenvolvidas pela GRI são usadas como ferramenta com o intuito para legitimação das ações e decisões empresariais.

Visto que a declaração pública da missão possui a maior incidência de dois elementos que buscam valorizar a imagem empresarial sob a ótica do modelo de Pearce (1982), e com as evidenciações de informações envolvendo preocupação com as partes interessadas mediante a divulgação e o crescimento médio de dois indicadores IA e GRI, Os achados empíricos destes estudos permitem evidenciar uma eventual existência que as organizações do segmento de

papel e celulose buscam por intermédio desses dois sinalizadores se legitimarem perante a sociedade, a missão institucional e a evidenciação de informações de cunho socioambiental se alinham como resposta aos questionamentos quanto ao desenvolvimento sustentável, comportamento socialmente aceitável e para que se mantenham operando prosperamente.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo de investigar o eventual alinhamento da missão institucional com suas ações e decisões com relação à responsabilidade social e ambiental das empresas que exercem a atividade de exploração de papel e celulose. Para alcançar o objetivo geral, secundariamente, foram elaborados os seguintes objetivos específicos: (a) Avaliar se a missão institucional serve como um direcionador efetivo do planejamento estratégico, verificando a incidência dos elementos elencados por Pearce. (b) Analisar as informações socioambientais evidenciadas pelas organizações. A análise empírica do estudo respondeu ao problema de pesquisa proposto e foi aceita a hipótese visto que a declaração pública da missão institucional e as divulgações de práticas socioambientais se convergem como uma resposta estratégica às demandas da sociedade, de forma a assegurar a essas organizações a legitimidade.

Entre as limitações deste estudo, as organizações do segmento papel e celulose percebeu-se certa predominância em não evidenciar informações socioambientais visto que na coleta de dados das 22 empresas, 14 foram coletadas as declarações da missão com terminologia indicando preocupação com as partes interessadas, no entanto, entre as 14 somente 6 foram coletados os relatórios de sustentabilidade. Acredita-se que pode ser reflexo na coleta de dados contemplar três anos (2009, 2010 e 2011) de divulgação dos relatórios de sustentabilidade e isso pode ter alguma influência nos resultados. Também, visto que a consecução da coleta de dados foi feita por meio da *internet*, quatro *sites* de organizações estavam no momento da coleta de dados (abril/2013) em manutenção.

Ressalta-se que mesmo não evidenciando as informações de desempenho por meio de relatório de sustentabilidade, algumas organizações publicam em seus *sites* que participam ou possuem certificados que determinam responsabilidade e compromisso social. Para Dias Filho (2007), esta constante ênfase nas certificações recebidas pode ser uma forma de desviar a atenção de situações negativas, as quais possam manchar a imagem da empresa perante seus usuários. Também, pode ser uma tentativa de consolidar-se como uma organização socialmente responsável perante a comunidade, o governo e a sociedade.

Como sugestão para próximos estudos, sugere-se replicar esta pesquisa em outro ramo de empresa para mensurar se os resultados são análogos ou qual a peculiaridade existente ou também em empresas do mesmo ramo do nosso estudo, mas que seja listada em outra base de dados mais ampla, como a Econometria.

Mesmo os resultados indicando a existência de adequação da missão institucional com as ações e práticas evidenciadas sobre o desempenho quanto ao compromisso com a sociedade e com o meio ambiente da amostra final desta pesquisa, não foi observado a responsabilidade da maior parte das organizações onde não incorporaram na missão institucional e, sobretudo, nas divulgações de seus atos mediante as partes interessadas por

meio do relatório de sustentabilidade, deixando uma abertura para se concluir que a tomada de decisões e ações estratégicas são poucas influenciadas por questões socioambientais ou as informações evidenciadas encontram-se em outros relatórios relacionado à categoria Informações Financeiras.

REFERÊNCIAS

ASHFORD, B. E. and B. W. Gibbs (1990). **The Double-Edge of Organizational Legitimation**. *Organization Science*, Vol. 1, No. 2, pp. 177 - 194.

BART, C. K.; BONTIS, N. Distinguishing between the board and management in company mission: Implications for corporate governance. **Journal Of Intellectual Capital**, v. 4, n. 3, p.361-381, 2003.

BARTKUS, B. R.; GLASSMAN, M. Do Firms Practice What They Preach? The Relationship Between Mission Statements and Stakeholder Management. **Journal Of Business Ethics**, Amsterdam, v. 83, n. 2, p.207-216, dez. 2008.

_____; GLASSMAN, M; MCAFEE, B. R. Mission statements: are they smoke and mirrors? **Business Horizon**. nov./dez. 2000.

GRAY, R.; BEBBINGTON, J.; WALTERS, D. **Accounting for the environment**. London: Paul Chapman in Association with the Chartered Association of Certified Accountants. 1993.

BONATTO, A., MAUSS, C.V., MAGALHÃES, J.M.de. **Ética e Responsabilidade Social: um estudo comparativo do balanço social da empresa Eletrocar**. Congresso nacional Enanpad 31º, Rio de Janeiro, 2007.

BRUNI, A. L.; SILVA, S. C. M. et alii; **Verde que te quero ver? Um estudo sobre responsabilidade social e relações de consumo**. Congresso nacional Enanpad 32 º, Rio de Janeiro, 2008.

CREDÍDIO, F.. **Construções Sustentáveis: conforto e respeito ao meio ambiente – parte 1**. Virtual Book, 2008. Disponível em: <
http://www.revistafilantropia.net.br/_Orf/materias.asp?Id_pagina=2858 > acesso em: 14 mar. 2012.

CINTRA, Y. **A integração da sustentabilidade às práticas de controle gerencial das empresas no Brasil. 2011**. 200 f. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) - Programa de Pós-Graduação em Controladoria e Contabilidade, Universidade de São Paulo (USP), 2011.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE (CFC). **Resolução CFC 1.003 de 19.08.2004**. NBC T 15. Informações de natureza social e ambiental. Disponível em: <
<http://www.cfc.org.br/sisweb/sre/Default.aspx>> Acesso em: 01 abr. 2012.

CZESNAT, A. F. O.. **Responsabilidade socioambiental: legitimação por meio dos relatórios da administração das empresas de telecomunicações listadas na BOVESPA**.

2009. 173f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Programa de Pós- Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2009.

DAVID, F. R. How Companies Define Their Mission. **Long Range Planning**, v. 22, n. 1, p. 90-97, 1989.

DEEGAN, C. The legitimizing effect of social and environmental disclosures: a theoretical foundation. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, v. 15, p. 282-311, 2002.

DEEGAN, C; RANKIN, Michaela. The materiality of environmental information to users of annual reports. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 10, n. 4, p. 562-583, 1997.

DIAS FILHO, J. M.. **Políticas de evidenciação contábil: Um estudo do poder preditivo e explicativo da teoria da legitimidade**. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 31, 2007. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007. CD-ROM.

DONALDSON, T.; PRESTON, L.E. The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. **Academy of Management Review**, v. 20, p. 65-91, 1995.

DRUCKER, Peter. **Management: Tasks, responsibilities and practices**. New York: Harper & Row, 1973.

EXAME. **As cem maiores empresas do Brasil**. Exame Melhores e Maiores. 2012. Disponível em: < <http://exame.abril.com.br/negocios/melhores-e-maiores/empresas/maiores/1/2011/vendas/-/papel-e-celulose/-/>> Acesso em: 17 out. 2012.

ETHOS. **Instituto Ethos de Empresas de Responsabilidade Social**. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 09 mar. 2012.

FREGONESI, M. S. F. A. **Investimentos Socioambientais da Demonstração do Valor Adicionado: Formação ou distribuição do valor adicionado**. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) - Programa de Pós-Graduação em Controladoria e Contabilidade, Universidade de São Paulo (USP), 2009.

IBASE. **Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas**. Disponível em: <<http://www.ibase.br>>. Acesso em: 04 mar. 2012.

GRAY, R.; BEBBINGTON, J.; WALTERS, D. **Accounting for the environment**. London: Paul Chapman in Association with the Chartered Association of Certified Accountants. 1993.

HARTMAN, L. P.; RUBIN, R. S.; DHANDA, K. Kathy. The Communication of Corporate Social Responsibility: United States and European Union Multinational Corporations. **Journal of Business Ethics**, V. 74, 2007.

HOURNEAUX JÚNIOR, F. **Relações entre as partes interessadas (stakeholders) e os sistemas de mensuração do desempenho organizacional**. Tese (Doutorado em Ciências

Contábeis) - Programa de Pós-Graduação em Controladoria e Contabilidade, Universidade de São Paulo (USP), 2010.

HOPWOOD, A. G. Accounting and Environment. **Accounting, Organizations and Society**, v. 34, p. 433-439. 2009.

MACHADO, M. R.. **As informações sociais e ambientais evidenciadas nos relatórios anuais das empresas: a percepção dos usuários**. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) - Programa de Pós-Graduação em Controladoria e Contabilidade, Universidade de São Paulo (USP), 2010.

MAGNESS, V. Strategic posture, financial performance and environmental disclosure: an empirical test of legitimacy theory. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v.19, n.4, 2006. doi: 10.1108/09513570610679128

MEYER, J. W.; B. ROWAN. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. **American Journal of Sociology** 83(2), 340–363, 1977.

MONEVA, J.M.; ARCHEL, P.; CORREA, C.. GRI and the camouflaging of corporate unsustainability. **Accounting Forum**, 2006.

MUSSOI, A.; LUNKES, J.; SILVA, R. V.. **Missão Institucional: Uma análise da efetividade e dos principais elementos presentes nas missões de empresas brasileiras de capital aberto**. In: XXXII EnANPAD, 2008, Rio de Janeiro. XXXII EnANPAD. Rio de Janeiro - RJ : Portfólio Design, 2008. v. 1. p. 211-211.

O'DONOVAN, Gary. Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 15, n.3, p. 344-371, 2002.

OLIVEIRA, J. A. P. **Empresas na sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

PAZ, C. C; FROEMMING, L. S. **As cooperativas agrícolas e o dilema da responsabilidade social e o resultado econômico no Mundo dos transgênicos**. XXX EnANPAD. Anais...Salvador: ANPAD, 2006.

PEARCE, J. A. II. The company mission as a strategic tool. **Sloan Management**, v. 23, n. 3, p. 15-24, Pr 1982.

PORTER, Michael E.; KRAMER, Mark R. The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. **Harvard Business Review**, p. 56-68, dec. 2002.

SAMPAIO, M. S. ; GOMES, S. M. S. ; BRUNI, A. L. ; DIAS FILHO, J. M.. **Evidenciação de Informações Socioambientais e Isomorfismo: um estudo com mineradoras brasileiras**. Revista Universo Contábil, v. 8, p. 105-122, 2012.

SUCHMAN, Mark C. Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. **The Academy of Management Review**, v. 20, n. 3, pp. 571-610. Jul, 1995.

WADDOCK, S., Samuel B. Graves, and Renee Gorski. Performance Characteristics of Social and Traditional Investments. **Journal of Investing Summer** 2000, 9 (2): 27-38.

WARD, H. ISO 26000 and global governance for sustainable development. **International Institute for Environment and Development**. London, 2012. Disponível em: <
<http://pubs.iied.org/pdfs/16507IIED.pdf> > Acesso em: 18. Out. 2012.

WOOD, D., Corporate Social Performance Revisited, **Academy of Management Review**, p. 695, 1991.