



Responsabilidade Social Corporativa e os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável: À Luz da Teoria da Legitimidade

Resumo

A atenção das empresas voltada apenas para questões econômicas está ficando no passado, é comum percebermos de forma mais presente no âmbito empresarial ações voltadas para elementos sociais e ambientais, seja para longevidade e manutenção do negócio, seja por exigência do público externo. Nesse contexto, o objetivo deste trabalho está pautado em verificar como as práticas de responsabilidade social corporativa (RSC) realizadas pelas empresas brasileiras de capital aberto, classificadas como potencialmente poluidoras de nível alto, estão alinhadas aos objetivos do desenvolvimento sustentável (ODS). Para este fim, realizou-se uma pesquisa qualitativa, com aplicação da técnica de análise de conteúdo. Os documentos explorados foram os relatórios de sustentabilidade e/ou anuais das empresas potencialmente poluidoras de nível alto, ao todo 15 empresas possuíam relatórios desta natureza divulgados para o ano de 2018. Os resultados indicam que as práticas de RSC evidenciadas pelas empresas potencialmente poluidoras em seus relatórios possuem certo nível de alinhamento aos ODS. Além disso, é perceptível que existe uma tendência para que as empresas passem a elaborar seus relatórios de caráter socioambiental sob as perspectivas dos ODS, uma vez que a grande maioria dos relatórios analisados apresentaram abordagem acerca dos objetivos do desenvolvimento sustentável. Dessa forma, os ODS podem se configurar em um novo direcionador para auxiliar as empresas na formulação e execução de sua RSC. Os achados dessa pesquisa fortalecem os pressupostos da teoria da legitimidade, no sentido da necessidade incorrida pelas empresas em se apresentarem legítimas a respeito de sua operacionalização perante a sociedade. Outra contribuição é a de aproximar as diretrizes dos ODS do ambiente empresarial.

Palavras-chave: Responsabilidade social corporativa; Objetivos do desenvolvimento sustentável; Teoria da legitimidade.

1 INTRODUÇÃO

Na atualidade as empresas possuem a necessidade de se adaptar as constantes mudanças geradas pelas ações da humanidade no meio (Berlato, Saussen & Gomez, 2016). Nesse contexto surge a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) como uma ferramenta capaz de conduzir as organizações na direção de tais adaptações e por consequência destas, ao desenvolvimento sustentável.



De forma ampla, a RSC pode ser definida como os meios pelas quais uma empresa busca alinhar seu comportamento e valores com o comportamento e valores das diversas partes interessadas no negócio (Esmailpour & Barjoei, 2016). E engloba os conceitos de sustentabilidade, desenvolvimento sustentável, cidadania corporativa, impactando em mudanças no âmbito organizacional (Streimikiene, Simanaviciene & Kovaliov, 2008).

Assim, a RSC tornou-se uma questão crucial, e muitas empresas passam a investir mais em RSC por vislumbrar nela uma parte de estratégia de negócios e vantagem competitiva (Porter & Kramer, 2006; İyigün, 2015; Yoo, 2015). Visto que diversas evidências empíricas demonstraram sua relação com a lealdade do cliente por meio da imagem corporativa (Gürlek, Düzgün & Uygur, 2017), diferenciação dos produtos (Boehe & Cruz, 2010), melhoria na imagem corporativa, satisfação e lealdade do cliente (Vazifehdust, Mojoudi & Jalalian, 2014; Hsu, 2018) imagem da empresa e valor da marca (Esmailpour & Barjoei, 2016).

O que sinaliza que os consumidores podem estar buscando empresas que implementem atividades de RSC devido ao aumento nas preocupações da sociedade no tocante a questões sociais, ambientais e éticas (Blomback & Scandelius, 2013). Devendo as empresas não apenas buscar maximização de lucros, mas se atentar também a premissa de compensar a sociedade e o meio ambiente pelo impacto gerado por suas atividades, o que inclui benefícios aos colaboradores, interesses dos acionistas, consumidores, questões ambientais e públicas, etc (Hsu, 2018).

Desse modo, é possível observar que empresas que adotam de maneira efetiva a RSC são vistas de maneira positiva pelas partes interessadas (Sen, Bhattacharya & Korschun 2006; Godfrey Merrill & Hansen, 2009; Arendt & Brettel, 2010; Servaes & Tamayo, 2013), apresentando uma imagem muito melhor perante a sociedade em comparação a demais empresas que não realizam tais práticas (Pomeroy & Johnson, 2009).

Assim, contratos implícitos e explícitos, assumidos pelas organizações para com as diferentes partes interessadas (Freeman, 2010), resultam em um crescente interesse por parte das organizações em evidenciar voluntariamente ações de cunho social e ambiental em seus relatórios anuais com o intuito de apresentar uma boa imagem ao seu público de interesse (Waller & Lanis, 2009; Mota, Mazza & Oliveira, 2013). Assim como para atender a pressões sociais, legais e governamentais a respeito de questões ambientais, (Van de Burgwal & Vieira, 2014).

Essa necessidade de divulgar/apresentar suas ações e o impacto destas na sociedade, bem como assegurar a legalidade dos atos praticados por parte das empresas, é fundamentada na Teoria da Legitimidade, conforme (Islam & Deegan, 2008). Em que as práticas de RSC contribuem para a legitimação da empresa perante os *stakeholders* evidenciando uma imagem positiva da organização como forma de melhorar sua reputação (Freguete, Nossa & Funchal, 2015).

Desse modo, é possível observar que há uma preocupação global com questões ambientais e sociais, e não só as empresas, mas também as nações, têm demonstrado uma preocupação crescente com tais questões. Nesse sentido, em setembro de 2015, ocorreu a Cúpula das Nações Unidas para o Desenvolvimento Sustentável, onde foi acordado entre os 193 Estados-membros da ONU, a agenda intitulada Transformando Nosso Mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável onde foram lançados os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODSs) (ONU, 2015).

Foram lançados 17 ODSs que são desmembrados em 169 metas a serem atingidas até 2030, englobando as três dimensões do desenvolvimento sustentável: econômica, social e ambiental, tendo como objetivo efetivar os direitos humanos, o alcance da igualdade de gênero e o empoderamento das meninas e mulheres (ONU, 2015). Os ODSs podem ser considerados um aprimoramento em relação aos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODMs), propostos no ano 2000 na



Assembleia Geral das Nações Unidas e concluirão o que estes não conseguiram alcançar (Nossa, Rodrigues & Nossa, 2017).

Portanto, observa-se que questões sociais e ambientais, continuam sendo alvo de inúmeras discussões em âmbito global. Além disso, considerando que a imagem da empresa tem o potencial de influenciar nas decisões dos *stakeholders* (Hsu, 2018; Farias, Coelho & Coelho, 2019), espera-se que as organizações também estejam engajadas no alcance dos ODSs, tendo em vista que tais objetivos podem ser de interesse dos *stakeholders*. Podendo ainda, potencializar a RSC, e facilitar a vinculação do desenvolvimento sustentável aos valores, estratégias e atividades organizacionais (Bastos, 2017).

É notável que a RSC continua sendo um tema bastante pesquisado na literatura seja em âmbito nacional ou internacional. Tais investigações têm analisado os efeitos da RSC em suas diferentes dimensões, em diversas perspectivas, que vão desde o desempenho financeiro, até a reputação corporativa (Boehe & Cruz, 2010; Vazifehdoust et al., 2014; Freguete, Nossa & Funchal, 2015; Almeida & Santos, 2016; Esmailpour & Barjoei, 2016; Hsu, 2018), outro corpo da pesquisa, tem buscado compreender o alinhamento entre a RSC e o desenvolvimento sustentável (Sousa, 2006; Streimikiene, 2008; Szczuka, 2015). Contudo, não foram encontrados estudos que analisassem a RSC e os ODSs.

Sendo assim, com base no exposto, e considerando a escassez de pesquisas relacionadas ao tema surge a seguinte questão norteadora da pesquisa: Como as práticas de RSC realizadas pelas empresas de capital aberto potencialmente poluidoras do Brasil estão alinhadas aos objetivos do desenvolvimento sustentável (ODSs)?

De acordo com a problemática apresentada o objetivo do presente estudo é verificar como as práticas de RSC realizadas pelas empresas brasileiras de capital aberto, classificadas como potencialmente poluidoras de nível alto, estão alinhadas aos objetivos do desenvolvimento sustentável (ODSs).

Young (2004) destaca que a RSC se tornou um instrumento fundamental para o desenvolvimento empresarial de forma sustentável. Desta forma a concepção de modelos de gestão que habilitem as empresas a se alinharem aos anseios da sociedade é necessária, ou seja, modelos esses que possibilitem a compreensão a respeito da RSC (Carroll, 1979; Wood, 1991; Dahlsrud, 2008).

A presente pesquisa justifica-se dada a relevância e atualidade da temática abordada, bem como a possibilidade de visualizar no contexto analisado, se as práticas de RSC estão sendo adotadas para o alcance do desenvolvimento sustentável. A responsabilidade social corporativa vem ganhando importância no cenário nacional seja por questões de melhorias na gestão de qualidade, seja pela crescente pressão do mercado sobre o tema (Souza, 2006).

Justifica-se ainda, por contribuir para ampliação de pesquisas que relacionam a RSC ao desenvolvimento sustentável, pois este tipo de análise se apresenta escassa na literatura, visto que os estudos nesse contexto dão destaque principal aos efeitos exclusivamente econômicos (Khan, Muttakin & Siddiqui; 2013). Além disso, estudos anteriores recomendam aprofundar a temática da RSC nos aspectos socioambientais (Ferreira & Oliveira, 2017).

Além disso, as empresas que são caracterizadas como potencialmente poluidoras, devem dar um maior destaque as questões de sustentabilidade ambiental (Crisóstomo, Souza, & Parente; 2012), tendo em vista os impactos gerados pelas suas atividades. Daí a importância em verificar se as práticas evidenciadas por estas organizações se alinham aos ODSs.



2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Teoria da Legitimidade

A teoria da legitimidade, tem como pressuposto básico a ideia de que as atividades realizadas pela empresa são baseadas em um contrato com a sociedade, estruturado com base nas crenças e valores vigentes; onde a empresa se compromete em atuar nos limites impostos pela sociedade, alinhando suas ações as expectativas desta, na busca de aprovação de suas atividades, legitimação, sobrevivência, assim como outras recompensas (Guthrie & Parker, 1989; Patten, 1992; Pletsch, Brighenti, Silva & Rosa, 2015). Assim, as empresas buscam evidenciar informações sobre as atividades que atendam a estas expectativas, mesmo sem a exigência legal, como forma de torná-las legítimas (Dias Filho, 2013).

Como apontado por Czesnat e Machado (2012) uma organização pode ser considerada legítima, na medida em que seus valores e crenças são considerados corretos pela sociedade. Portanto, se a sociedade não está convencida de que a empresa realiza suas atividades em um nível aceitável, ou legítimo, ela pode revogar o “contrato” da organização, ameaçando sua continuidade (Deegan, 2002).

Assim, sob os preceitos da teoria da legitimidade, as empresas são vistas como parte de um sistema social amplo, onde não se considera que estas tenham direitos inerentes aos recursos disponíveis (Pletsch et al., 2015). Como apontado por Eugénio (2010), as empresas operam porque a sociedade as considera legítimas. Ainda segundo a autora, as empresas dependem da legitimidade para continuar atuando, desse modo, no momento em os a administração da empresa percebem que alguma prática/recurso é de interesse dos *stakeholders*, estratégias devem ser implementadas para garantir fornecimento contínuo do recurso.

Com base na literatura existente, Suchman (1995), apresenta três categorias de legitimidade. A legitimidade pragmática, moral e cognitiva. Segundo o autor, a primeira diz respeito as ações imediatas da organização em resposta as percepções de seu público. Ou seja, o público examina as ações da companhia, para determinar as consequências e benefícios da atividade empresarial, assim como o alinhamento de crenças, valores, etc. Já a legitimidade moral retrata uma avaliação normativa da empresa, assim como das atividades realizadas, baseando-se em julgamentos sobre se a atividade é a coisa certa a se fazer. Por fim, a legitimidade cognitiva está relacionada ao reconhecimento da organização, ou seja, ocorre por meio da compreensão pela sociedade de que a empresa é necessária ou inevitável com base em algum relato cultural considerado correto.

Inúmeros autores apontam que uma das estratégias utilizadas pelas empresas para o alcance e preservação da legitimidade, tem sido a evidenciação de informações sobre práticas sociais e ambientais realizadas, em seus relatórios, buscando convencer as partes interessadas que elas estão atendendo suas expectativas, visto que este tipo de informação está alinhada as preocupações da sociedade (Cho & Patten, 2007; Branco, Eugenio & Ribeiro, 2008; Rosa, Ensslin & Ensslin, 2009; Hopwood, 2009; Machado & Ott, 2015; Pletsch et al., 2015).

Sendo os relatórios anual e de sustentabilidade, os principais canais utilizados pelas empresas para evidenciação de informações socioambientais (Eugénio, 2010). A evidenciação desse tipo de relatório tem sido crescente (Villiers & Staden, 2006), ressaltando a ideia de que a evidenciação corporativa que inclui informações socioambientais é um importante mecanismo utilizado pela administração, que pode influenciar as percepções dos *stakeholders*, com relação a empresa (Deegan, 2002).

Portanto, com base no exposto e considerando as inúmeras evidências já apresentadas de que a RSC tem impacto positivo na imagem da empresa junto a sociedade. Acredita-se que há interesse



por parte das empresas, em aumentar a evidenciação deste tipo de informação, com o intuito de legitimar suas atividades. Além disso, as ações realizadas no intuito de atingir os ODSs, tem o potencial de reforçar ainda mais o compromisso da organização em alinhar seus interesses aos interesses da sociedade.

2.2 Desenvolvimento Sustentável

As discussões acerca do Desenvolvimento Sustentável (DS), emergiram em um contexto de preocupações com a influência exercida pela produção e ações humanas no meio ambiente, a escassez de recursos naturais e o futuro no mundo (Nossa, Santos & Nossa, 2017). Considerando que no sistema capitalista, as decisões dos gestores normalmente são baseadas na busca pela maximização dos lucros (Nobre & Ribeiro, 2013), cada vez mais as organizações têm explorado os recursos naturais de maneira excessiva, havendo uma má distribuição destes, e agravando inúmeros problemas como mudanças climáticas, injustiça social, degradação do ambiente, entre outros (Thompson, 2010).

Essas discussões, receberam maior atenção quando a Organização das Nações Unidas estabeleceu, em 1983, a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (Lourenço & Carvalho, 2013). Sendo publicado em 1987 por esta comissão o relatório *Nosso Futuro Comum*, também conhecido como Relatório *Brundtland*, esse relatório listou algumas políticas e comportamentos necessários para o DS (Vasconcelos, Alves & Pesqueux, 2012).

Além desta, houveram várias outras comissões, conferências e acordos em busca de Desenvolvimento Sustentável. A Tabela 1 apresenta alguns eventos ocorridos.

Tabela 1 – Comissões, Conferências e Acordos Globais em busca de Desenvolvimento Sustentável

Evento	Descrição
1972, Estocolmo, Conferencia ONU para o Meio Ambiente Humano e a “Declaração de Estocolmo”	É considerado um marco na história da cooperação internacional em questões ambientais. O Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) foi criado. Também, foi publicado um decreto de salvaguarda do meio ambiente e das questões sociais. Além disso, a ONU começa a discutir a relação entre a poluição do ar advinda da ação humana e as consequentes mudanças climáticas globais.
1980, PNUMA- Estratégia de Conservação Mundial	Documento criado pela União Internacional para a Conservação da Natureza, com participação de cientistas e pesquisadores de diversas nacionalidades. Aparentemente, é o primeiro documento internacional a usar o termo desenvolvimento sustentável”.
1982, Assembleia Geral da ONU, “Carta Mundial da Natureza”	Argumenta que a humanidade é parte da natureza e a que vida é dependente do funcionamento ininterrupto dos sistemas naturais. Aponta que a humanidade pode alterar a natureza e até extrair os recursos naturais por sua ação ou por suas consequências, mas que também deve manter a estabilidade e a qualidade da natureza e ainda conservar os recursos naturais.
1983–1987, Comissão Mundial do Meio Ambiente e Desenvolvimento e “Nosso Futuro Comum”	Também conhecida como a Comissão Brundtland, a proposta era criar uma estrutura conceitual para o desenvolvimento sustentável mundial. O documento produzido foi chamado de “Nosso Futuro Comum”, no qual defende que as gerações atuais devem utilizar-se da natureza sem comprometer a habilidade das futuras gerações no atendimento de suas próprias necessidades.
1992, Rio de Janeiro, Conferência ONU para o	A Eco-92, ou Cúpula da Terra foi uma grande conferência, com a participação de diversos líderes globais e ONG’s. A “Declaração do Rio” contém 27 princípios que deveriam orientar a política em relação ao meio ambiente e ao desenvolvimento. A



Meio Ambiente e Desenvolvimento	“Agenda 21” oferece um quadro detalhado para a implementação do desenvolvimento sustentável.
1997, Protocolo de Quioto	Um tratado ambiental adotado em 1997 e que virou lei em 2005, que estipula que países desenvolvidos que tenham adotado ao tratado reduzam seus níveis de emissão de gases do efeito estufa. Cobre dois períodos de redução de emissão: 2008–2012 e 2013–2020. Trinta e sete países assinaram o tratado, com exceções como os EUA e o Canadá. O tratado estabeleceu novos sistemas e créditos de carbono para países que financiam programas de redução de emissões no mundo em desenvolvimento.
2009, Copenhagen, UM Climate Change Conference	A desastrosa conferência foi um indicador da inabilidade de países desenvolvidos e em desenvolvimento de convergirem para um consenso de como avançar nas questões de mudanças climáticas. Nenhum acordo ou plano de ação foi adotado nesta conferência.
2012, Rio de Janeiro, Conferência ONU Rio +20 e “O Futuro que Queremos”	Muitas das discussões da Rio+20 foram acerca dos esforços fracassados de se implementar algum tipo de convergência global para o desenvolvimento sustentável, idealizada em 1992. O relatório “O Futuro que Queremos” apresenta este mesmo tom de fracasso e argumenta em favor de uma renovação do compromisso político.

Fonte: Nossa et al. (2017, p.90).

O DS é um conceito dinâmico, e tem recebido inúmeras definições, adaptando-se aos diferentes contextos (Rogers, Jalal & Boyd, 2008). Uma definição recorrente na literatura é a proposta no relatório de Brundtland (1987, p. 8), que aponta o desenvolvimento sustentável como “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a habilidade das futuras gerações de suprir suas próprias necessidades”.

O *Triple Bottom Line* proposto por Elkington (1997) trouxe maior clareza as discussões sobre DS sendo amplamente aceito no meio acadêmico e empresarial (Lourenço & Carvalho, 2013). A abordagem proposta no modelo é a reflexão de como as atividades desempenhadas podem levar ao crescimento de maneira sustentável, isto é, considerando as dimensões econômica, social e ambiental (Elkington, 1997).

Assim, novas definições de DS foram surgindo, levando em consideração tais dimensões. Nesse sentido, Hart e Milstein (2003) comentam que uma empresa pode ser considerada sustentável quando contribui para o desenvolvimento gerando benefícios econômicos, sociais e ambientais. Nesse contexto, as empresas desempenham papel crucial para que haja o DS, ao desenvolverem estratégias que auxiliem no alcance destes objetivos (Nobre & Ribeiro, 2013).

Apesar de não se tratar de um tema recente, o DS continua recebendo bastante atenção em um contexto global. Além disso, o fato de movimentos como os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e os Objetivos do Milênio, receberem rápida aceitação pelos diversos países no mundo, demonstra a urgente necessidade em se desenvolver práticas que não afetem o meio ambiente e sejam viáveis do ponto de vista social e econômico (Allen, Metternicht & Wiedmann, 2016; Nossa et al., 2017).

3 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

Com uma abordagem qualitativa o presente estudo prestou-se a construir uma visão sobre determinado fato através do contexto no qual os objetos de estudo estão inseridos (Silverman, 2009). Para atender ao objetivo de pesquisa aplicou-se a técnica de análise de conteúdo, a qual pode ser empregada para interpretar o contexto expresso em documentos abrindo margem para integração do



pesquisador por meio da construção de seu próprio ponto de vista (Bardin, 2011). Assim, a metodologia descrita se mostra adequada para verificar se existe alinhamento nos conteúdos divulgados pelas empresas potencialmente poluidoras de nível alto em seus relatórios anuais e de sustentabilidade com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável.

Optou-se por utilizar no estudo as empresas listadas na B3 que são consideradas como potencialmente poluidoras conforme a lei nº 10.165/2000. Através da observância do que rege a referida lei, foram constatadas 43 empresas que integram os setores considerados como de atividades potencialmente poluidoras de nível alto, configurando assim a população de pesquisa. No entanto, só foram utilizadas aquelas empresas que apresentaram relatório anual ou de sustentabilidade referentes ao ano de 2018. Os relatórios foram obtidos através dos *sites* de relação com investidores (RI) das organizações. Dessa forma, a amostra final utilizada na pesquisa é composta por 15 empresas, as quais estão dispostas na Tabela 2 a seguir.

Tabela 2 – Amostra utilizada na pesquisa

Setor	Empresa	Tipo de relatório
Bens industriais	Gol S.A	Sustentabilidade
	Cosan Logística S.A	Sustentabilidade
	MRS Logística S.A	Anual
	Rumo S.A	Anual
	JSL S.A	Anual
Madeira e Papel	Celulose Irani S.A	Sustentabilidade
	Suzano S.A	Sustentabilidade
Químicos	Braskem S.A	Anual
Mineração	Vale S.A	Sustentabilidade
Siderurgia e Metalurgia	Paranapanema S.A	Sustentabilidade
	Gerdau S.A	Anual
	Usiminas S.A	Sustentabilidade
Exploração, refino e distribuição	Petrobras S.A	Sustentabilidade
	QGEF part S.A	Sustentabilidade
	Ultrapar S.A	Sustentabilidade

Fonte: Elaborado pelos autores com base na classificação setorial da B3 (2019).

Para proceder a análise de conteúdo dos relatórios desenvolveu-se um *framework* (Tabela 3) com base nos 17 Objetivos do Desenvolvimento Sustentável constantes na Agenda 2030 da ONU. Cada objetivo foi identificado nos relatórios das empresas por meio de uma ação constituída, praticada e divulgada pelas empresas, através da técnica de *checklist*. Dessa forma cada ODS se configurou em uma categoria de pesquisa.

Tabela 3 – Framework dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável

ODS (Categorias de Pesquisa)	Ação
ODS 1 – Erradicação da Pobreza	Projetos Sociais que visem diminuir a pobreza em todas as suas formas.
ODS 2 – Fome zero e agricultura sustentável	Projetos sociais que visem distribuição de alimentos a pessoas carentes; Utilização de produtos de pequenos produtores.
ODS 3 – Saúde e Bem-Estar	Planos de Saúde; Menções ao bem-estar dos colaboradores e sociedade; Menções a epidemias;



	Programas sociais contra o uso de drogas.
ODS 4 – Educação de Qualidade	Projetos voltados a educação; Educação profissionalizante; Educação de jovens e adultos.
ODS 5 – Igualdade de Gênero	Ações contra discriminação de gênero; Qualquer menção a discriminação por gênero.
ODS 6 – Água potável e Saneamento	Gestão sustentável da água; Apoio a comunidades locais, para melhor gestão da água e saneamento.
ODS 7 – Energia limpa e Acessível	Utilização de fontes de energia renováveis.
ODS 8 – Trabalho decente e Crescimento econômico	Crescimento econômico sustentado; Modernização da tecnologia e inovação; Uso eficiente de recursos (na produção e consumo); Inclusão dos jovens no mercado de trabalho.
ODS 9 – Indústria, Inovação e Infraestrutura	Infraestrutura local; Novas tecnologias; Industrialização inclusiva e sustentável.
ODS 10 – Redução das desigualdades	Realização de projetos sociais que visem diminuir as desigualdades em qualquer uma de suas vertentes.
ODS 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis	Investimentos e auxílios de melhorias às comunidades.
ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis	Assegurar padrões de consumo e produção sustentáveis; Gestão sustentável e o uso eficiente dos recursos naturais; Tratamento dos resíduos; Reciclagem; Minimizar os impactos sobre o meio-ambiente.
ODS 13 – Ação contra a mudança global climática	Medidas sobre as mudanças climáticas; Controles nas emissões de gases do efeito estufa.
ODS 14 – Vida na água	Conservação e uso sustentável dos oceanos, mares e recursos marinhos; Reduzir a poluição marinha; Estudos para potencializar o conhecimento da vida marinha.
ODS 15 – Vida terrestre	Proteger, preservar e recuperar os ecossistemas terrestres; Uso sustentável dos ecossistemas terrestres; Preservação da biodiversidade.
ODS 16 – Paz, Justiça e Instituições eficazes	Projetos que visem sociedades pacíficas e preocupadas com o desenvolvimento sustentável; Leis e políticas voltadas para o desenvolvimento sustentável.
ODS 17 – Parcerias e meio de implementação	Parcerias para o desenvolvimento sustentável.

Fonte: Elaborado pelos autores a partir dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável e Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas – ONU (2019).

Buscou-se nos relatórios de cada empresa que compõe a amostra pela presença das categorias de pesquisa apresentadas na Tabela 3. Através da constatação de uma categoria foi possível identificar o nível de alinhamento entre as práticas de responsabilidade social corporativa divulgadas pelas entidades e os ODS. A Tabela 4 indica a classificação do nível de alinhamento.

**Tabela 4 – Nível de alinhamento entre RSC evidenciada pelas empresas e os ODS**

Percentual de Categorias Constatadas	Nível de alinhamento
1% até 25%	Ruim
26% até 50%	Regular
51% até 75%	Bom
76% até 100%	Ótimo

Fonte: Adaptado de Pereira, Luz e Carvalho, (2015) *apud* Faria e Pereira (2009).

Para operacionalizar a análise de conteúdo foram utilizados termos chaves e seus respectivos radicais referentes às categorias de pesquisa, tais como: Pobreza, Miséria, Fome, Saúde, Educação, Renovável, ODS, Desenvolvimento, Sustentável, dentre outros. Ao verificar a presença dos termos chaves nos relatórios passou-se para a análise de contexto no qual estavam inseridos afim de indicar sua associação ao ODS remetente.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A constatação realizada de forma inicial foi verificar se as empresas faziam alguma menção aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável da ONU em seus relatórios. Conforme apresenta-se na Tabela 5, pode-se observar que apenas três empresas não fizeram menção aos ODS, a MRS Logística S.A, a Usiminas S.A e a Ultrapar S.A.

Tabela 5 – Menção aos ODS nos relatórios de sustentabilidade e/ou anual das empresas potencialmente poluidoras de nível alto

Empresas	Menciona ODS
Gol S.A	SIM
Cosan Logística S.A	SIM
MRS Logística S.A	NÃO
Rumo S.A	SIM
JSL S.A	SIM
Celulose Irani S.A	SIM
Suzano S.A	SIM
Braskem S.A	SIM
Vale S.A	SIM
Paranapanema S.A	SIM
Gerdau S.A	SIM
Usiminas S.A	NÃO
Petrobras S.A	SIM
QGEP part S.A	SIM
Ultrapar S.A	NÃO

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Ressalta-se que algumas empresas citam os ODS de forma ainda tímida, enquanto outras já possuem uma melhor estruturação quanto a inserção das diretrizes dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, apresentando no próprio relatório as metas traçadas para o alcance de cada ODS ao qual a organização enxerga necessidade de aderir. A tendência é de que num futuro próximo mais empresas passem a elaborar seus relatórios de cunho socioambiental conforme os ODS, uma vez que o caráter institucional leva às organizações a adotarem o isomorfismo, ou seja, as entidades passam a agir de forma semelhante (Jacometti, De Castro, Gonçalves & Costa, 2016).

Por meio da Tabela 6 é possível verificar os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável evidenciados nos relatórios das empresas que compõe a amostra. Pode-se notar que todas as empresas



divulgaram práticas alinhadas aos ODS 11 e ODS 12, os quais remetem respectivamente à preocupação com as cidades e comunidades, e consumo e produção responsável. Uma das justificativas para tal pode estar na teoria da legitimidade, entendendo a necessidade que as entidades possuem em transparecer à sociedade que exercem suas atividades de maneira legítima (Garcia, Peleias & Peters, 2014).

Por outro lado, nenhuma das práticas de RSC evidenciadas se relaciona ao ODS 2, referente à fome zero e agricultura sustentável. Esse fato pode ser um indício de que, pelo menos num âmbito geral, as empresas destacam maior atenção a elementos que estejam relacionados de forma mais direta às suas operações.

Tabela 6 – ODS encontrados nos relatórios de sustentabilidade e/ou anual das empresas potencialmente poluidoras de nível alto

Empresas	ODS																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Gol S.A	X		X	X	X					X	X	X	X			X	X
Cosan Logística S.A							X	X	X		X	X	X				
MRS Logística S.A			X	X							X	X					X
Rumo S.A			X	X	X			X	X	X	X	X	X		X	X	X
JSL S.A			X			X	X		X	X	X	X	X				X
Celulose Irani S.A			X	X		X	X	X			X	X	X		X	X	X
Suzano S.A	X		X	X	X		X	X	X	X	X	X	X		X	X	X
Braskem S.A	X		X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Vale S.A			X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
Paranapanema S.A			X	X	X	X		X			X	X	X			X	X
Gerdau S.A			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X
Usiminas S.A			X	X		X		X			X	X			X	X	
Petrobras S.A			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
QGEP part S.A			X				X	X	X		X	X	X	X	X	X	X
Ultrapar S.A			X	X		X	X	X	X		X	X	X				X

Nota: “X” indica alinhamento entre as práticas de RSC divulgadas com a respectiva ODS.

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

O alinhamento entre as práticas de RSC e os ODS de cada empresa que compõe a amostra está disposto na Tabela 7. Através da análise de conteúdo realizada foi possível levantar que mesmo aquelas empresas que não fazem menção direta aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável evidenciam práticas que estão associadas a alguma categoria de pesquisa, como nos casos da MRS Logística S.A (Regular); da Usiminas S.A (Regular); e da Ultrapar S.A (Bom). Contudo, o alinhamento apresentado por essas entidades especificamente, mostra-se em um nível menor do que aquele alcançado pelos relatórios das empresas que realizam menção aos ODS.

Tabela 7 – Alinhamento entre as práticas de RSC evidenciadas pelas empresas potencialmente poluidoras de nível alto e os ODS

Empresa	% de alinhamento	Alinhamento
Gol S.A	58,82%	Bom
Cosan Logística S.A	35,29%	Regular
MRS Logística S.A	29,41%	Regular
Rumo S.A	70,59%	Bom
JSL S.A	52,94%	Bom
Celulose Irani S.A	64,71%	Bom



Suzano S.A	82,35%	Ótimo
Braskem S.A	88,24%	Ótimo
Vale S.A	82,35%	Ótimo
Paranapanema S.A	58,82%	Bom
Gerdau S.A	82,35%	Ótimo
Usiminas S.A	47,06%	Regular
Petrobras S.A	88,24%	Ótimo
QGEP part S.A	64,71%	Bom
Ultrapar S.A	58,82%	Bom

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

De maneira geral é possível afirmar que as práticas de RSC evidenciadas pelas empresas potencialmente poluidoras de nível alto em seus relatórios de sustentabilidade e/ou anuais para o ano de 2018 estão alinhadas com os ODS. Conforme podemos observar na Tabela 8 o nível geral médio de alinhamento pode ser considerado “Bom”, com uma ocorrência de 46,67%.

Tabela 8 – Nível de alinhamento entre RSC e ODS por relatório

Nível de alinhamento	Número de relatórios	Percentual
Ruim	0	0%
Regular	3	20%
Bom	7	46,67%
Ótimo	5	33,33%

Fonte: Dados a pesquisa (2019)

Todas as empresas, dentre as 15 que compuseram a amostra, divulgaram praticar no mínimo uma ação que esteja relacionada aos ODS. Apenas três relatórios apresentaram alinhamento regular, indicando que na grande maioria as empresas possuem entendimento da importância de aderir a tais práticas, como forma de promoverem suas imagens institucionais (Mota, Mazza & De Oliveira, 2013). Assim, o conteúdo dos relatórios divulgados de forma voluntária pelas entidades potencialmente poluidoras de nível alto, listadas na B3, mostra-se bem alinhado com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável que compõe a agenda 2030 da ONU.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A responsabilidade social corporativa vem se tornando fator preponderante para a manutenção da legitimidade das organizações. Nesse sentido, o presente trabalho objetivou verificar o alinhamento existente entre as práticas de RSC dispostas nos relatórios de sustentabilidade e anual das empresas potencialmente poluidoras de nível alto, com os ODS. Para tal, utilizou-se como procedimento metodológico a análise de conteúdo.

Os resultados indicaram que, de maneira geral, o conteúdo dos relatórios de sustentabilidade e/ou anuais estão bem alinhados aos objetivos do desenvolvimento sustentável. Também se verificou que a grande maioria das empresas já realiza menção aos ODS em seus relatórios. Dos 15 relatórios investigados apenas três não fazem nenhum tipo de referência a esses objetivos. Contudo, mesmo no caso desses, às práticas de RSC se mostram alinhadas aos ODS em algum nível.

Esse trabalho contribui para o desenvolvimento da temática acerca da responsabilidade social corporativa, incluindo um novo panorama de pesquisa ainda não explorado de forma concreta no Brasil no âmbito organizacional. Fomenta ainda sobre a importância de as empresas alcançarem sua legitimidade, e os meios disponíveis para tal.



A pesquisa limitou-se devido a quantidade de empresas que não divulgaram seus relatórios no ano de estudo (2018), prejudicando a abrangência da amostra. Sugere-se que pesquisas futuras busquem incluir outros segmentos de atuação para diversificar a amostra, bem como possibilitar a ocorrência de comparação dos resultados obtidos.

REFERÊNCIAS

- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility: a review and research agenda. *Journal of Management*, 38(4), 932-968.
- Allen, C., Metternicht, G., & Wiedmann, T. (2016). National pathways to the Sustainable Development Goals (SDGs): A comparative review of scenario modelling tools. *Environmental Science and Policy*, 66, 199–207.
- Almeida, M. A., & Santos, J. F. (2014). *Disclosure voluntário de responsabilidade social corporativa das empresas listadas na BM&FBOVESPA*. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 8(3), 69-88.
- Arendt, S. & Brettel, M. (2010), "Understanding the influence of corporate social responsibility on corporate identity, image, and firm performance", *Management Decision*, 48(10), pp. 1469-1492.
- Baraibar-Diez, E., & Sotorrío, L. L. (2018). O efeito mediador da transparência na relação entre responsabilidade social corporativa e reputação corporativa. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios-RBGN*, 20(1), 05-21.
- Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.
- Bastos, C. S. (2017). *Adoção dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável por grandes empresas portuguesas: enfoque da integração e as lógicas subjacentes*. Dissertação de Mestrado em Estudos de Desenvolvimento, Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa.
- Berlato, L. F., Saussen, F., & Gomez, L. S. R. (2016). A sustentabilidade empresarial como vantagem competitiva em Branding. *DAPesquisa*, 11(15), 024-041.
- Blomback, A. & Scandeliuss, C. (2013), "Corporate heritage in CSR communication: a means to responsible brand image?", *Corporate Communications: An International Journal*, 18(3), PP. 362-382.
- Boehe, D. M., & Cruz, L. B. (2010). Corporate social responsibility, product differentiation strategy and export performance. *Journal of Business ethics*, 91(2), 325-346.
- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505.



- Castelo Branco, M., Eugénio, T., & Ribeiro, J. (2008). Environmental disclosure in response to public perception of environmental threats: The case of co-incineration in Portugal. *Journal of Communication Management*, 12(2), 136-151.
- Cho, C. H., & Patten, D. M. (2007). The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: A research note. *Accounting, organizations and society*, 32(7-8), 639-647.
- Crisóstomo, V. L., Souza, J. L., & Parente, P. H. N. P. (2012). Possível efeito regulatório na responsabilidade socioambiental da empresa brasileira em função da lei n 10.165/2000. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 6(3), 154-167.
- Czesnat, A. O., & Machado, D. D. P. N. (2012). Legitimação na evidenciação de informações socioambientais entre as empresas de telecomunicações listadas na Bovespa. *Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS*, 9(3), 291-305.
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate social responsibility and environmental management*, 15(1), 1-13.
- De Villiers, C., & Van Staden, C. J. (2006). Can less environmental disclosure have a legitimising effect? Evidence from Africa. *Accounting, organizations and society*, 31(8), 763-781.
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282-311.
- Dias Filho, J. M. (2013). A Pesquisa Qualitativa sob a Perspectiva da Teoria da Legitimidade: uma alternativa para explicar e prever políticas de evidenciação contábil. *Interface*, 9(1).
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks: the triple bottom line of twenty-first century business*. Capstone.
- Esmailpour, M., & Barjoei, S. (2016). The impact of corporate social responsibility and image on brand equity. *Global Business and Management Research*, 8(3), 55.
- Eugenio, T. P. (2010). Avanços na divulgação de informação social e ambiental pelas empresas e a teoria da legitimidade. *Revista Universo Contábil*, 6(1), 102-118.
- Farias, L. C., Coelho, A. L. D. A. L., & Coelho, C. (2019). Objetivos do Desenvolvimento Sustentável e educação para a sustentabilidade: análise das concepções de sustentabilidade de estudantes de Administração em uma instituição superior pública. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 20(3).
- Ferreira, V. H. F. A.; De Oliveira, O. V. (2017) Motivos da não Evidenciação de Informações de Cunho Socioambiental das Companhias Listadas no Novo Mercado da B3. *ENGEMA*.
- Freeman, R. E. (2010). *Strategic management: a stakeholder approach*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.



Freguete, L. M., Nossa, V., & Funchal, B. (2015). Responsabilidade social corporativa e desempenho financeiro das empresas brasileiras na crise de 2008. *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, 19(2), 232-248.

Garcia, R. L. M., Peleias, I. R., & Peters, M. R. S. (2014). A teoria da legitimidade e as práticas de evidenciação da Norma ISSO 14001 por empresas brasileiras. In *Anais do XIV Congresso USP Controladoria e Contabilidade, São Paulo* (Vol. 21).

Godfrey, P. C., Merrill, C. B., & Hansen, J. M. (2009). The relationship between corporate social responsibility and shareholder value: An empirical test of the risk management hypothesis. *Strategic management journal*, 30(4), 425-445.

Gürlek, M., Düzgün, E., & Meydan Uygur, S. (2017). How does corporate social responsibility create customer loyalty? The role of corporate image. *Social Responsibility Journal*, 13(3), 409-427.

Guthrie, J., & Parker, L. D. (1989). Corporate social reporting: a rebuttal of legitimacy theory. *Accounting and business research*, 19(76), 343-352.

Hart, S. L., & Milstein, M. B. (2003). Creating sustainable value. *Academy of Management Executive*, 17(2), 56-67.

Hopwood, A. G. (2009). Accounting and the environment. *Accounting, organizations and society*, 34(3-4), 433-439.

Hsu, S. L. (2018). The Effects of Corporate Social Responsibility on Corporate Image, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: An Empirical Study on the Telecommunication Industry. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(5), 4693-4703.

İyigün, N. Ö. (2015). What could entrepreneurship do for sustainable development? A corporate social responsibility-based approach. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 195, 1226-1231.

Jacometti, M., de Castro, M., Gonçalves, S. A., & Costa, M. C. (2016). Análise de efetividade das políticas públicas de Arranjo Produtivo Local para o desenvolvimento local a partir da teoria institucional. *Revista de Administração Pública-RAP*, 50(3), 425-454.

Khan, A., Muttakin, M. B., & Siddiqui, J. (2013). Corporate governance and corporate social responsibility disclosures: Evidence from an emerging economy. *Journal of business ethics*, 114(2), 207-223.

Laprise, P. (2005). La multinationale du pétrole Shell et le développement durable: perspectives du concept de responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise, *Le développement durable: Quels projets, quels outils, quelle formation*, 233-24.



Lourenço, M. L., & Carvalho, D. M. (2013). Sustentabilidade social e desenvolvimento sustentável. *Race: revista de administração, contabilidade e economia*, 12(1), 9-38.

Machado, D. P., & Ott, E. (2015). Estratégias de legitimação social empregadas na evidenciação ambiental: um estudo a luz da Teoria da Legitimidade. *Revista Universo Contábil*, 11(1), 136-156.

Mota, M. D. O., Mazza, A. C. A., & De Oliveira, F. C. (2013). Uma análise dos relatórios de sustentabilidade no âmbito ambiental do Brasil: sustentabilidade ou camuflagem?. *Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS*, 10(1), 69-80.

Nações Unidas Brasil. (2019) Objetivos do Desenvolvimento Sustentável. 2015. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>.

Nobre, F. S., & Ribeiro, R. E. M. (2013). Cognição e sustentabilidade: estudo de casos múltiplos no índice de sustentabilidade empresarial da BM&FBovespa. *Revista de Administração Contemporânea*, 17(4), 499-517.

Nossa, V., dos Santos Rodrigues, V. R., & Nossa, S. N. (2017). O que se tem pesquisado sobre Sustentabilidade Empresarial e sua Evidenciação? *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, 11, 87-105.

Organização das Nações Unidas – ONU. (2015). Transformando o nosso mundo: A Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>>. Acesso em 03 jan. de 2020.

Patten, D. M. (1992). Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory. *Accounting, organizations and Society*, 17(5), 471-475.

Pereira, F. E., de Moraes Luz, J. R., & de Carvalho, J. R. M. (2015). Evidenciação das informações ambientais das empresas do setor de energia elétrica do Brasil. *Revista Evidenciação Contábil & Finanças*, 3(2), 60-72.

Pletsch, C. S., Brighenti, J., da Silva, A., & da Rosa, F. S. (2015). Perfil da evidenciação ambiental das empresas listadas no índice de sustentabilidade empresarial. *Contabilidade Vista & Revista*, 25(3), 57-77.

Pomering, A. & Johnson, L. (2009), “Constructing a corporate social responsibility reputation using corporate image advertising”, *Australasian Marketing Journal*, 9(4), PP. 106–114.

Porter, M. & Kramer, M. (2006), “Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility”, *Harvard Business Review*, 84(12), pp. 78-92.

Rogers, P. P., Jalal, K. F., & Boyd, J. A. (2008). *An introduction to sustainable development*. London: Earthscan.



- Rosa, F. S. D., Ensslin, S. R., & Ensslin, L. (2010). Evidenciação ambiental: processo estruturado de revisão de literatura sobre avaliação de desempenho da evidenciação ambiental. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 4(2).
- Sen, S., Bhattacharya, C. B., & Korschun, D. (2006). The role of corporate social responsibility in strengthening multiple stakeholder relationships: A field experiment. *Journal of the Academy of Marketing science*, 34(2), 158-166.
- Servaes, H., & Temayo, A. (2013). The impact of corporate social responsibility on firm value: the role of customer awareness. *Management Science*, 59(5), 1045-1061.
- Silverman, D. (2009). *Interpretação de dados qualitativos: métodos para análise de entrevistas, textos e interações*. Bookman Editora.
- Sousa, A. C. C. (2006). Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável: a incorporação dos conceitos à Estratégia Empresarial. *Rio de Janeiro*.
- Streimikiene, D., Simanaviciene, Z., & Kovaliov, R. (2009). Corporate social responsibility for implementation of sustainable energy development in Baltic States. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 13(4), 813-824.
- Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 20(3), 571-610.
- Szczuka, M. (2015). Social dimension of sustainability in CSR standards. *Procedia Manufacturing*, 3, 4800-4807.
- Thompson, L. J. (2010). The global moral compass for business leaders. *Journal of Business Ethics*, 93(1), 15-32.
- van de Burgwal, D., & Vieira, R. J. O. (2014). Determinantes da divulgação ambiental em companhias abertas holandesas. *Revista Contabilidade & Finanças*, 25(64), 60-78.
- Vasconcelos, I. F. F. G. D., Alves, M. A., & Pesqueux, Y. (2012). Responsabilidade social corporativa e desenvolvimento sustentável: olhares habermasianos. *Revista de Administração de Empresas*, 52(2), 148-152.
- Vazifehdust, H., Mojoudi, A., & Jalalian, S. (2014). The effect of corporate social responsibility on corporate image, customer satisfaction and loyalty in the banking industry (Case Study: Tehran Melli Bank). In *Conference of Development and innovation management in management empowerment* (pp. 1-23).



Waller, D. S., & Lanis, R. (2009). Corporate social responsibility (CSR) disclosure of advertising agencies: an exploratory analysis of six holding companies annual reports. *Journal of Advertising*, 38(1), 109–121.

Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. *Academy of management review*, 16(4), 691-718.

Yoo, B.; Donthu, N. & Lee, S. (2015), “An examination of selected marketing mix elements and brand equity”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), pp. 195-211.