



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CAMPUS I CAMPINA GRANDE -PB  
CENTRO CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS-CCSA  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**EDILANE SILVA PEREIRA**

**ASSOCIAÇÃO ENTRE MISSÃO ORGANIZACIONAL E *DISCLOSURE* DO  
DESEMPENHO GLOBAL:UM ESTUDO NAS EMPRESAS DO RANKING GLOBAL  
2018 DA REVISTA *CORPORATE KNIGHTS*.**

**CAMPINA GRANDE-PB  
2019**

**EDILANE SILVA PEREIRA**

**ASSOCIAÇÃO ENTRE MISSÃO ORGANIZACIONAL E *DISCLOSURE* DO  
DESEMPENHO GLOBAL: UM ESTUDO NAS EMPRESAS DO RANKING GLOBAL  
2018 DA REVISTA *CORPORATE KNIGHTS*.**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentada ao Programa de Graduação  
em Ciências Contábeis da Universidade  
Estadual da Paraíba, como requisito  
parcial à obtenção do título de Bacharel  
em Ciências Contábeis.

Área de concentração: Controladoria

**Orientador:** Prof. Dr. Mamadou Dieng.

**CAMPINA GRANDE-PB  
2019**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

P436a Pereira, Edilane Silva.  
Associação entre missão organizacional e Disclosure do desempenho global [manuscrito] : um estudo nas empresas do Ranking global 2018 da Revista corporate knights / Edilane Silva Pereira. - 2019.  
27 p.  
Digitado.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2019.  
"Orientação : Prof. Dr. Mamadou Dieng , Coordenação do Curso de Ciências Contábeis - CCSA."  
1. Missão organizacional. 2. Empresas do ranking global.  
3. Sustentabilidade. 4. Desempenho global. 5. Disclosure. I.  
Título

21. ed. CDD 658.408

EDILANE SILVA PEREIRA

ASSOCIAÇÃO ENTRE MISSÃO ORGANIZACIONAL E *DISCLOSURE* DO  
DESEMPENHO GLOBAL: UM ESTUDO NAS EMPRESAS DO RANKING GLOBAL  
2018 DA REVISTA *CORPORATE KNIGHTS*.

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Programa de Graduação  
em Ciências Contábeis da Universidade  
Estadual da Paraíba, como requisito  
parcial à obtenção do título de Bacharel  
em Ciências Contábeis.

Área de concentração: Controladoria.

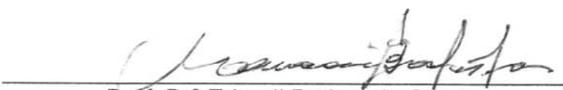
Aprovada em: 31/06/2019.

**BANCA EXAMINADORA**



Prof. Dr. Mamadou Dieng (Orientador)  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Prof. Dr<sup>a</sup>. Roseane Patrícia de Araújo Silva  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dr<sup>a</sup> Ednadi Batista da Silva  
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	5
2 REFERENCIAL TEÓRICO .....	6
2.1 Missão organizacional .....	6
2.2 Evidenciação do desempenho global .....	7
2.2.1 Desempenho Global conforme GRI .....	7
2.2.2 Disclosure do desempenho global .....	8
2.3 Desenvolvimento das hipóteses .....	8
3 METODOLOGIA.....	12
3.1 Tipo da pesquisa .....	12
3.2 População e amostra .....	12
3.3 Coleta e Tratamento dos Dados.....	14
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS .....	16
4.1 Análise descritiva dos dados .....	16
4.2 Análise das hipóteses .....	18
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	19
REFERÊNCIAS .....	20

**ASSOCIAÇÃO ENTRE MISSÃO ORGANIZACIONAL E *DISCLOSURE* DO  
DESEMPENHO GLOBAL: UM ESTUDO NAS EMPRESAS DO RANKING GLOBAL 2018  
DA REVISTA *CORPORATE KNIGHTS*.**

Edilane Silva Pereira<sup>1</sup>

**Resumo**

A missão organizacional determina a forma de ser das organizações, associá-la ao disclosure do desempenho global, requer falar das práticas, relativas às questões sustentáveis, que tem sido discutidas ao longo dos tempos. Desta forma a presente pesquisa buscou verificar se a missão organizacional apresenta relação com o *disclosure* do desempenho global das empresas catalogadas no *ranking* global 2018 da revista *Canadense Corporate Knights*. Para mensuração das variáveis foi adotado o conceito do *triple botton line*, denominado como o tripé da sustentabilidade, e os indicadores do *Global Reporting Initiative*, em que ambos categorizam as questões econômicas, sociais e ambientais. Fazendo o uso de técnicas de estatística descritiva e testes de hipóteses para verificar as variáveis desta pesquisa, que correspondem a missão e o desempenho global, foram obtidos resultados que evidenciam uma preocupação das empresas, em divulgar informações pertinentes as questões sustentáveis, sendo o foco maior de divulgação concentrado nas dimensões, econômicas e sociais, quando correlacionada as missões com o *disclosure* do desempenho global, não apresentando ênfase para a categoria ambiental.

**Palavras-chave:** Organização. Missão. Desempenho Global.

**ABSTRACT**

The organizational mission determines the organization's way of being, associates it with the disclosure of global performance, requires talking about the practices, related to sustainable issues, that have been discussed over time. In this way, the present research sought to verify if the organizational mission is related to the disclosure of the global performance of the companies cataloged in the global *ranking* 2018 of the Canadian *Corporate Knights* magazine. *The triple botton line* concept was used to measure the variables. sustainability, and *Global Reporting Initiative* indicators, both of which categorize economic, social, and environmental issues. Making use of descriptive statistical techniques and hypothesis testing to verify the variables in this survey, which correspond to mission and overall performance, results were obtained that show a concern of companies in releasing pertinent information on sustainable issues, being the main focus of dissemination focused on the economic and social dimensions, when correlating the missions with the disclosure of the global performance, not presenting an emphasis for the category environmental.

**Keywords:** Organization. Mission. Global Performance.

---

<sup>1</sup> Edilane Silva Pereira Graduação em Ciências Contábeis na Universidade Estadual da Paraíba – Campus I.  
Email: [edi\\_lane\\_s@hotmail.com](mailto:edi_lane_s@hotmail.com)

## 1 INTRODUÇÃO

A globalização tem contribuído para que as empresas possam se reinventar, e enquadrar-se num mercado mais tecnológico em que os consumidores são mais exigentes, desejando produtos que satisfaçam suas necessidades. Entretanto, este novo cenário organizacional, exige uma capacidade maior dos gestores desenvolverem atitudes inovadoras, que caracterizem a *performance* organizacional diante dos seus diversos *stakeholders*.

Perace II (1982) ao abordar sobre a missão organizacional considera que as discussões sobre o referido construto, convergem para uma única direção ao tratar a missão como ferramenta do planejamento estratégico.

Durante muitos anos as organizações apresentavam apenas as informações de cunho financeiro. Com o surgimento da necessidade de mensurar os aspectos não financeiros, adotou-se critérios de adesão as práticas sustentáveis, passando assim a divulgar informações não financeiras, através dos relatórios de sustentabilidade que contemplam as categorias, econômicas, sociais e ambientais.

Os aspectos supracitados trazem à tona a abordagem relativa ao desempenho abrangente (*global performance /comprehensive performace*), para o qual, Quirel (2006) considera que o referido construto, atua em defesa da divulgação de processos de controle de gestão que promovam uma melhor garantia para manutenção dos objetivos da organizações. O referido autor defende que o disclosure de informações que abrange o escopo da sustentabilidade, baseado no conceito *triple botton line*, induz a existência de um sistema de gestão, desassociado, com objetivos e medidas de desempenho em seus aspectos econômicos, sociais e ambientais.

As pesquisas anteriores tiveram foco apenas nas análises relacionadas as práticas socioambientais e indicadores de desempenho sustentável (MARIOKA e CARVALHO, 2015; DALAI e TAKAHASHI, 2008; SILVEIRA e PETRINI, 2018). No entanto há uma lacuna sobre a questão da aderência entre associação da missão organizacional e o disclosure do desempenho global.

Estas considerações pautam o desenvolvimento desta pesquisa e suscitam a seguinte questão problema: **A missão organizacional apresenta relação com o disclosure do desempenho global das empresas catalogadas no ranking global 2018 da revista Canadense *Corporate Knights*?**

Para responder a problemática relatada, o objetivo geral desse estudo é identificar se há evidências da associação entre a missão organizacional, com o *disclosure* do desempenho global, das empresas mais sustentáveis do mundo ano 2018 publicados na revista *Corporate Kinghts*. A opção pelas empresas catalogadas na supracitada revista deu-se em virtude da diversidade das atividades econômicas e dos diferentes tipos de países.

Como objetivo específico esta pesquisa buscou analisar os relatórios anuais e de sustentabilidade publicados pelas referidas empresas, confrontando-os com as suas missões organizacionais.

A delimitação do estudo compreende as 100 empresas mundiais que lideram o ranking das mais sustentáveis do mundo no ano 2018, segundo dados publicados na revista *Corporate Kinghts*.

O trabalho justifica-se tanto na dimensão teórica quanto na prática. Em relação a teórica, a carência de trabalhos que investiguem aderência da missão ao

*disclosure* do desempenho global mostra-se relevante uma vez que irá contribuir para a consolidação da literatura especializada sobre o tema e preencher as lacunas sobre os resultados mistos que relaciona o *disclosure* e a sustentabilidade. Na dimensão prática, os resultados do presente estudo contribuem para fornecer suporte as empresas que declaram nas suas missões os compromissos com sustentabilidade no tocante ao processo e *disclosure* do desempenho global.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Missão organizacional

O ponto de partida para criação de uma empresa começa com o seu planejamento. Ferreira (1998) defende a ideia de que o planejamento consiste na estrutura da empresa, atrelando os objetivos e planos a serem definidos. A antecipação dos resultados futuros por meio de análises, e estratégias para que as metas da organização sejam alcançadas define a ideia de planejamento (Kloppel, de Souza, Lunkes; 2015). Dentro da teoria administrativa existem três tipos de planejamento, entretanto o que se correlaciona com esse estudo é o planejamento estratégico, que tem a função de efetivar o cumprimento da missão organizacional. (Catelli,2001).

Há diversas definições sobre o conceito das missões empresariais. Padoveze (2010, p.24) propõe que a missão deve ter cunho objetivo definindo sua atuação no mercado e contemplando todos os fatores fundamentais de uma organização, tais como produtos, mercadorias e serviços. A satisfação das necessidades externas também se constituem dentro do conceito da missão, ideia essa defendida por Oliveira (2009, p.27). Considerando os fatores mencionados pelos autores já descritos, entende-se que o conceito da missão deve contemplar as diretrizes efetivas da empresa, atentando-se para englobar em suas missões os aspectos exigidos pelo mercado, buscando atender a demanda de seus diversos *stakeholders*. Um dos conceitos mais abordados sobre missão organizacional é o do artigo *The company mission as a strategic tool* de John A. Pearce II.

Pearce II (1982) defende que a missão empresarial deve ser elaborada de forma abrangente e durável não apenas que seja considerado os aspectos filosóficos empresariais, tendo em vista que a missão revela a imagem da empresa, e que esta precisa se posicionar frente ao mercado, revelando a área de atuação, os produtos, serviços e as necessidades que serão atendidas para os clientes. O referido autor também se posiciona ao defender os oito aspectos que ele considera como importante para uma missão objetiva que são: a lucratividade, a tecnologia, os valores, as filosofias, o domínio geográfico, os clientes e os mercados, a sobrevivência e a competência. Já Schier (2008, p.15) considera que a missão deve ser determinada considerando o cenário social.

Entretanto em sua pesquisa sobre a missão empresarial para o planejamento estratégico (Klöppele et.al; 2015), confirma que as empresas consideram apenas o fator cliente presente em suas declarações, desprezando os demais fatores que são importantes entre os quais se faz menção à responsabilidade ambiental. Souza, Coral e Lunkes (2014) também atestam o mesmo resultado em que há um foco

maior na elaboração da missão apenas atentando-se para os clientes. Assim, apesar de diversas abordagens sobre a missão, percebe-se, que baseados nas pesquisas realizadas, as empresas procuram evidenciar apenas um fator importante como forma de existência da sua organização, desconsiderando os aspectos sociais, culturais, econômicos.

## 2.2 Evidenciação do desempenho global

### 2.2.1 Desempenho Global conforme GRI

A necessidade de as empresas aderirem as práticas socioambientais, configuram novos modelos de mensuração do desempenho organizacional. Aderir os tais procedimentos, considerando os objetivos econômicos, sociais e ambientais, podem muitas vezes gerar relações conflituosas no ambiente interno por parte dos gerentes (Quairel, 2006). O desempenho global mensura tantos os meios financeiros como não financeiros. Segundo Hsu, Ou, Ou (2015) se as organizações se utilizam apenas dos resultados financeiros, elas poderão proporcionar uma crise em todo o processo operacional, além disso quando se pensa em lucratividade há uma certa dificuldade de mensurar os fatores sociais e ambientais, considerando que empresas que tem foco apenas no fator econômico, produzem mais poluição.

Há diversos indicadores apresentados na literatura, que são de utilidade relevante para avaliar o desempenho sustentável. Um dos modelos mais adotados pelas organizações é o do *Global Reporting Initiative* (GRI) (Dalai e Takahasi, 2008). O GRI é uma organização sem fins lucrativos, que surgiu em 1997 e atua como representante fidedigno dos relatórios de sustentabilidade global, em que seus padrões contemplam as questões econômicas, ambientais e sociais (GRI, 2019).

Outro modelo que pode ser adotado pelas empresas como indicador sustentável é o do *Triple Bottom Line*, proposto por Elkington (1997), que também categorizam as variáveis ambientais, sociais e econômicas.

As dimensões propostas pelo GRI- G4 padronizam a forma de apresentação em cada categoria. A categoria econômica aborda todas as condições pertinentes ao fator econômico, praticados na organização, tais como: desempenho econômico, presença no mercado, impactos econômicos indiretos e as práticas de compras. Na mensuração ambiental a divulgação das informações deve contemplar todos os fatores que compõe o ecossistema contemplando os componentes bióticos e abióticos, as emissões de gases e o solo. E por fim, na categoria social há uma segmentação em subcategorias focando nas relações trabalhistas, os direitos humanos, práticas sociais e a responsabilidade pelo produto (GRI 4, 2013.)

Há diversos estudos relacionados as divulgações das práticas socioambientais. Marioka e Carvalho (2015), ao realizarem o estudo, em uma empresa do ramo de agronegócio e outra do ramo de engenharia elétrica e eletrônica, atestaram que ambas, optam em adotar o modelo GRI, para divulgar seus relatórios de sustentabilidade. Em contrapartida o trabalho de Dalai e Takahashi (2008) faz a junção dos oito índices de mensuração da sustentabilidade, que deu origem a um modelo referência de relatório, que enfatiza a divisão em temas, sub-temas, indicadores e por fim a ligação dessas informações a variáveis correspondentes, abordando as necessidades da empresa se baseando nos indicadores que a literatura direciona. Já Silveira e Petrini (2018) colaboram com

o estudo, quando demonstram que há um elevado crescimento em publicações abordando aos conceitos da responsabilidade social

### 2.2.2 *Disclosure* do desempenho global

As organizações durante muito tempo apresentavam apenas os seus resultados financeiros. O cenário organizacional se modificou, tendo a necessidade de divulgar informações não só referentes aos aspectos financeiros, mas também informações que tenham uma abrangência relativas as questões sociais e ambientais atendendo ao grupo dos *stakeholders*. (GOMES e SILVA, 2017). Segundo Carreira e Palma (2012) a elaboração dos relatórios de sustentabilidade, tem a finalidade de apresentar as partes interessadas as práticas adotadas no que tange ao desempenho econômico, social e ambiental e configurar uma análise de todo o desempenho global.

A adoção as novas formas de divulgação do fator socioambiental só são possíveis, através dos relatórios de sustentabilidade. (CARREIRA e PALMA, 2012). O Relato Integrado o qual, conforme descreve (GOMES E SILVA, 2017), busca promover uma visão culturalista do desempenho organizacional. O GRI possibilita a evidenciação através dos indicadores de desempenho (CARREIRA, et, al, 2012).

Mediante aos diversos contextos que abordam essa nova forma de avaliar o desempenho global das organizações, surgem diversas pesquisas relacionados ao tema

Para Conceição, Dourado e Silva (2012) há um aumento na demanda de publicação e cumprimento das práticas socioambientais nas organizações, para apresentar aos diversos *Stakeholders*.

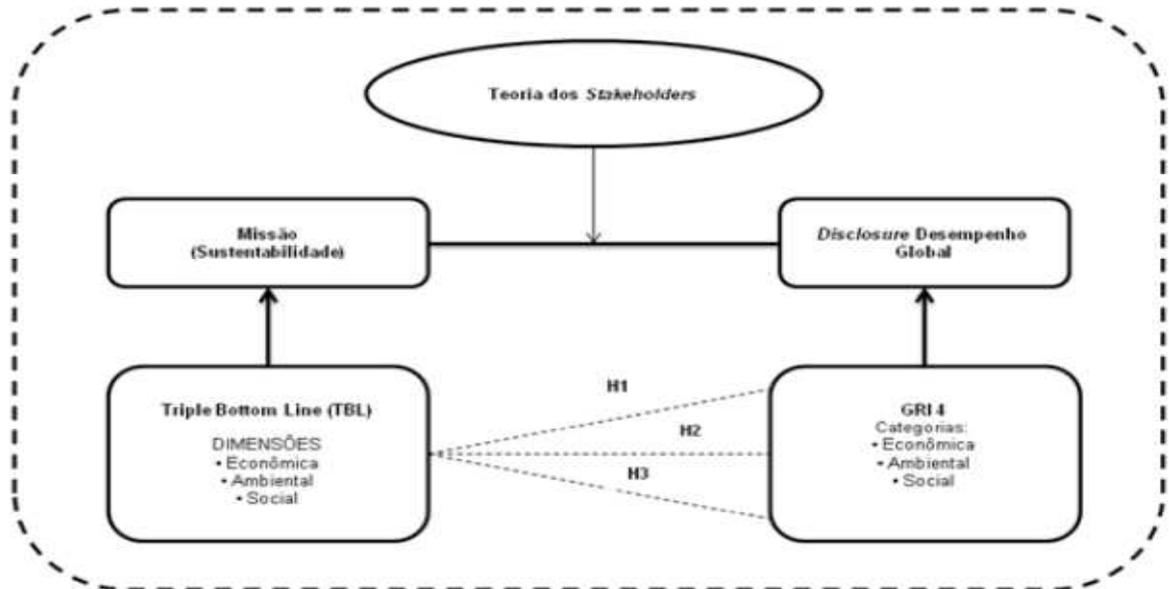
Pinheiro, Soares e de Abreu (2017) apontam que evidenciar as práticas sociais e ambientais das empresas, podem ser atribuídas de forma positiva ou negativas, devido a captação dos seus recursos financeiros serem através do mercado acionário e do mercado de crédito. Entretanto é por meio dos relatórios de sustentabilidade que são estabelecidas conexões com os investidores, atribuindo um fator favorável as práticas sustentáveis e que a eficácia do sistema financeiro sustenta essa relação.

## 2.3 Desenvolvimento das hipóteses

### Modelo de pesquisa e Desenvolvimento das hipóteses

O modelo da pesquisa estruturado para operacionalizar a pesquisa compreende as duas variáveis de interesse: missão e *disclosure* do desempenho global. A variável missão foi mensurada utilizando-se os construtos das dimensões da sustentabilidade do *Triple Bottom Line (TBL)* e a variável disclosure do desempenho global, por sua vez, os das categorias do relatório GRI-G4. O Gráfico 01 mostra a associação entre as duas variáveis a luz da Teoria dos *Stakeholders*.

Gráfico 01 – Modelo de pesquisa



Fonte: Elaboração própria, 2019

### Teoria dos *Stakeholders*

As empresas como entidades econômicas atuando em contextos sociais e ambientais específicos, enfrentam desafios quanto às novas expectativas da comunidade sobre o papel que desempenham na sociedade. As comunidades estão pedindo-lhes para ampliar o seu âmbito e a forma como elas agem, bem como, estarem cientes das necessidades de um maior número de pessoas, os chamados *stakeholders* (Freeman, 1984). Para atender esta finalidade, tanto as questões sociais e ambientais quanto as econômicas devem ser integradas na estratégia, bem como nas práticas das empresas. As empresas tendem a adotar esta perspectiva para a implementação efetiva dos princípios de sustentabilidade convergindo estrutura, estratégia e gestão das partes interessadas.

Esta teoria suporta a visão de sustentabilidade, pois, a postura procura atender concomitantemente o acionista, e outros *stakeholders* ligados às questões ambientais e sociais, baseado na concepção do Triple Bottom Line (Wheeler & Elkington, 2001). Não se espera que a sustentabilidade atenda às necessidades de todos os *stakeholders*, mas implica na observância de alguns, dissociando-se da postura da teoria neoclássica. Ao analisar um fenômeno que abandona a postura de atendimento do *shareholders* para a de observação de interesses de mais partes interessadas (nos aspectos econômico, social e ambiental) justifica-se a utilização da teoria dos *stakeholders*.

Donaldson e Preston (1995) evidenciam algumas das mais importantes questões a respeito das distinções, dos problemas e das implicações relativos ao

conceito de *stakeholder*, bem como esclarecem e justificam o seu principal conteúdo e significado. Os autores apontam três teses centrais em relação à teoria dos *stakeholders*: (i) uma teoria empírica considerada como uma abordagem empírica da teoria e adota duas perspectivas diferentes, a descritiva que busca oferecer um modelo da sociedade e a instrumental que procura examinar as relações entre a prática das organizações incluindo os múltiplos interesses dos *stakeholders* e os objetivos de performance; (ii) uma teoria normativa que afirma que os interesses de todos os *stakeholders* têm um valor intrínseco; (iii) uma teoria administrativa que foca a gestão dos stakeholders, ela exige que a atenção simultânea seja dada aos interesses de todos os atores legítimos.

Pesquisas sobre divulgação da sustentabilidade empresarial têm utilizado a Teoria dos *Stakeholders* para investigar determinados fenômenos de estudo. Por exemplo, Rezaee e Tuo (2017), baseando-se nessa teoria, examinaram a influência da composição, liderança e estrutura do conselho de administração na divulgação da sustentabilidade. Font et al. (2012) exploraram a relação entre o desempenho de sustentabilidade e a divulgação de sustentabilidade nas indústrias extrativas australianas. O estudo utilizou a Teoria dos *Stakeholders* de Ullmann (1985), que descreve a divulgação e o desempenho da sustentabilidade como dois componentes da estratégia de gestão para lidar com as demandas das partes interessadas.

Nesse sentido, pretende-se utilizar a Teoria dos *Stakeholders* como lente teórica para analisar o *disclosure* do desempenho global em função das dimensões de sustentabilidade das missões das empresas participantes do estudo, contemplando tanto objetivos econômicos como sociais e ambientais. Portanto, busca verificar se as dimensões de sustentabilidade das referidas missões associam-se as dimensões de sustentabilidade do desempenho global da amostra de empresas do estudo.

Baseando-se na literatura (Freeman, 1984; Wheeler & Elkington, 2001; Alam, 2006; Donaldson e Preston, 1995), argumenta-se ,neste trabalho que a missão das empresas investigadas associa-se ao disclosure do desempenho global porque tais empresas foram classificadas pela revista *Corporate Knights* como as mais sustentáveis do mundo. Portanto, esse desempenho sustentável no ranking da revista deve refletir na declaração da missão dessas empresas e nas suas práticas de *disclosure* do desempenho global. As medidas de desempenho global representam a contribuição das empresas aos objetivos de sustentabilidade e se enquadram no contexto do disclosure da sustentabilidade. Essas medidas pressupõem a multiplicação das áreas de controle e uma extensão da sua amplitude, implica em teoria na integração e no equilíbrio entre os objetivos econômicos, ambientais e sociais (Quairel, 2004; Searcy & Elkhawas, 2012).

### **Missão, Teoria dos *Stakeholders* e disclosure do desempenho global**

No contexto das empresas comprometidas com a agenda de sustentabilidade, geralmente a missão dessas organizações representa o documento que formaliza esse compromisso e é considerado como base para a elaboração do planejamento estratégico. A mensagem de compromisso com a sustentabilidade pode ser articulada em declarações de visão e missão (Brinkhurst et al., 2011; Kim e Oki, 2011; Krizek et al., 2012).

Papulova (2014) destaca que a missão é uma parte importante da gestão estratégica. Deve ser definido antes do desenvolvimento da estratégia. A missão

define o espaço em que se cria uma estratégia. Empresas são como pessoas; eles precisam de uma missão. Sem um propósito ou uma missão, as pessoas e as empresas vão se atrapalhar (ABRAHAMS, 2007). A missão está moldando a identidade, o propósito e a direção de uma organização. Não é apenas uma fonte de orientação para os funcionários, também está lá para os clientes, acionistas e público conhecerem os princípios fundamentais pelos quais uma empresa opera. Também pode explicar os valores, crenças, filosofia e aspirações da empresa.

O desenvolvimento de declarações de missão é baseado em várias decisões. A principal preocupação deve ser sobre o público-alvo a ser estimado na declaração de missão. O público-alvo da declaração de missão pode variar de acordo com o objetivo da declaração de missão. As empresas precisam primeiro identificar claramente o público-alvo e o potencial de comunicação da declaração de missão (PAPULOVA, 2007).

Abrahams (2007) afirma que múltiplos públicos-alvo podem ser abordados com a declaração da missão, como funcionários, clientes, clientes, colegas, parceiros, acionistas, patronos, comunidade. Essas decisões terão impacto significativo no tom, duração, comunicação e visibilidade das declarações de missão. Portanto, na ótica da Teoria dos *Stakeholders*, a declaração da missão busca contemplar as diversas partes interessadas da empresa. A missão que contempla as dimensões da sustentabilidade do *Triple Bottom Line* abrange múltiplos públicos-alvo e procura incluir na gestão do seu desempenho as questões econômica, ambiental e social. Isto está em consonância com a indicação de Alam (2006) para investigar como as empresas organizam seus processos de mensuração e divulgação na relação da gestão para endereçar interesses de *stakeholders*.

Sobre a divulgação da sustentabilidade das empresas, Michelin (2011) discutiu a reputação de uma empresa, com base na teoria da legitimidade, como um fator determinante da divulgação da sustentabilidade. Nesse sentido, afirma que as empresas com bom desempenho financeiro, que estão adotando uma posição estratégica ativa em relação às partes interessadas e que estão expostas a pressão pública significativa, têm maior probabilidade de usar a divulgação de sustentabilidade para comunicar sua legitimidade para operar com as partes interessadas.

Já Jones (2007) evidencia que a importância dos relatórios de sustentabilidade para as partes interessadas externas é refletida no advento de várias diretrizes de relatórios e consultas governamentais. No entanto, evidências da inadequação de tais relatórios, juntamente com evidências limitadas de seu uso por participantes do mercado (como investidores e credores) para decisões de alocação de recursos, levantam questões sobre a relevância geral do valor dos relatórios de sustentabilidade. Outro aspecto evidenciado por FINCH (2005) mostrou que a motivação dos adotantes de estruturas de relatórios de sustentabilidade é tentar comunicar às partes interessadas o desempenho da administração para obter benefícios corporativos de longo prazo, como melhor desempenho financeiro, maior vantagem competitiva, maximização de lucros e sucesso a longo prazo.

Portanto, constata-se que a divulgação do relatório de sustentabilidade é função de fatores tais como posição estratégica ativa em relação às partes interessadas e exposição à pressão pública significativa e, também, nem sempre os relatórios estão adequados no atendimento aos interesses das partes ou confiáveis para serem bases para a tomada de decisões de investimento. Nesse contexto, argumenta-se que as empresas classificadas como mais sustentáveis deveriam

possuir suas declarações de missão aderentes ao *disclosure* do desempenho global medido por um dos critérios presentes na literatura, o GRI 4.

Com base nos suportes teóricos e empíricos apresentados acima, formulam-se as seguintes hipóteses gerais de pesquisa:

**H<sub>0</sub>:** Não existe diferença significativa estatisticamente entre as dimensões do *Triple Bottom Line* das missões e o *disclosure* do desempenho global baseado nas categorias do GRI 4.

**H<sub>1</sub>:** Existe diferença significativa estatisticamente entre as dimensões do *Triple Bottom Line* das missões e o *disclosure* do desempenho global baseado nas categorias do GRI 4.

Para tanto foram delineadas as seguintes hipóteses secundárias:

**H<sub>0a</sub>:** Não existe diferença significativa estatisticamente entre a dimensão econômica do *Triple Bottom Line* das missões e o *disclosure* do desempenho global baseado na categoria econômica do GRI 4.  
**H<sub>1a</sub>:** Existe diferença significativa estatisticamente entre a dimensão econômica do *Triple Bottom Line* das missões e o *disclosure* do desempenho global baseado na categoria econômica do GRI 4.

**H<sub>0b</sub>:** Não existe diferença significativa estatisticamente entre a dimensão ambiental do *Triple Bottom Line* das missões e o *disclosure* do desempenho global baseado na categoria ambiental do GRI 4.  
**H<sub>1b</sub>:** Existe diferença significativa estatisticamente entre a dimensão ambiental do *Triple Bottom Line* das missões e o *disclosure* do desempenho global baseado na categoria ambiental do GRI 4.

**H<sub>0c</sub>:** Não existe diferença significativa estatisticamente entre a dimensão social do *Triple Bottom Line* das missões e o *disclosure* do desempenho global baseado na categoria social do GRI 4.  
**H<sub>1c</sub>:** Existe diferença significativa estatisticamente entre a dimensão social do *Triple Bottom Line* das missões e o *disclosure* do desempenho global baseado na categoria social do GRI 4.

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 Tipo da pesquisa

Esta pesquisa se caracteriza como descritiva, por analisar de forma subjetiva as características das variáveis estudadas. Também se formaliza como qualitativa, pois analisa os contextos de diferentes grupos sociais e se torna quantitativa apresentar modelos e formas de mensuração, através de contextos estatísticos para obtenção dos resultados das variáveis estudadas (RICHARDSON, 1999 p.70 e 80). Assim nesta pesquisa verificar se há uma relação entre a missão organizacional com o *disclosure* do desempenho global, apresentadas pelas empresas amostra da pesquisa.

#### 3.2 População e amostra

A população desta pesquisa são as 100 empresas mais sustentáveis do mundo no ano 2018, que compõe o *ranking* da revista Canadense Corporate Knights. A mencionada revista foi fundada em 2002 por, Toby AA Heaps e Paul Fengler, sendo uma revista totalmente voltada as questões sustentáveis que classifica os fatores organizacionais com as práticas de sustentabilidade. A *Corporate Knights* é uma revista de grande circulação mundial, aderente ao capitalismo limpo, que, definido pela mesma, compreende o sistema econômico, que

abrange os custos sociais, econômicos e ecológicos, fazendo com que os autores reconheçam os impactos de suas ações. Sua declaração de visão é: “fornecer mercados de capacitação de informações para promover um mundo melhor.

Para fins de amostra contemplou-se as empresas que disponibilizaram em seus relatórios anuais e de sustentabilidade informações sobre suas missões. Nesse sentido a tabela 1 a seguir descreve as referidas empresas, seus países de origem, e sua atividade econômica.

Tabela 1: Amostra da população estudada

Ranking	Empresa	País	Atividade Econômica
1	Dassault Systemes	França	Desenvolvimentos de Programas
2	Neste	Finlândia	Petróleo, Gás e Combustíveis
3	Valeo	França	Componentes Automotivos
5	Outotec	Finlândia	Engenharia de Construção
8	Autodesk	Estados Unidos	Desenvolvimentos de Programas
9	Siemens	Alemanha	Conglomerados Industriais
10	Samsung SDI	Coreia do Sul	Equipamentos eletrônicos, instrumentos e componentes
12	Enbridge	Canadá	Petróleo, Gás e Combustíveis
14	Natura Cosméticos	Brasil	Produtos Pessoais
15	Pearson	Reino Unido	Meios de Comunicação
18	Companhia Energética de Minas Gerais CEMIG	Brasil	Utilidades Elétricas
20	Allergan	Estados Unidos	Farmacêutica
21	Honda Motor Co	Japão	Automóveis
22	Sanofi SA	França	Farmacêutica
26	Intel	Estados Unidos	Semicondutores e Equipamentos Semicondutores
33	bioMerieux	França	Equipamentos e Suprimentos para cuidados de Saúde
34	AstraZeneca	Reino Unido	Farmacêutica
35	Nokia	Finlândia	Equipamentos de Comunicação
36	BNP Paribas	França	Bancos
37	Eli Lilly	Estados Unidos	Farmacêutica
39	ABB	Suíça	Equipamento Elétrico
41	Intesa Sanpaolo	Itália	Bancos
44	Takeda Pharmaceutical	Japão	Farmacêutica
46	Grupo Financeiro Shinhan	Coreia do Sul	Bancos

49	Banco do Brasil	Brasil	Bancos
52	Engie Brasil Energia	Brasil	Potência Independente e Eletricidade e Renovável
53	GlaxoSmithKline	Reino Unido	Farmacêutica
55	Sekisui Chemical	Japão	Bens Domésticos
56	Acciona	Espanha	Utilidades Elétricas
64	Novartis	Suíça	Farmacêutica
68	Nissan Motor Co	Japão	Automóveis
72	Grupo Lenovo	China	Hardware, Armazenamento e Periféricos de Tecnologia
73	Telus	Canadá	Serviços de Telecomunicações Diversificados
74	Fabricação de Semicondutores de Taiwan	Taiwan	Semicondutores e Equipamentos Semicondutores
76	Banco Santander Brasil	Brasil	Bancos
84	L'Oreal	França	Produtos Pessoais
85	AXA	França	Seguro

Fonte: Elaboração própria, 2019

### 3.3 Coleta e Tratamento dos Dados

A coleta dos dados foi realizada nos *websites* das organizações apontadas como as mais sustentáveis do mundo ano 2018 pela revista *Corporate Knights*, buscando as missões e os relatórios anuais e de sustentabilidade. Para encontrar as missões das empresas que compõe a amostra, teve que ser realizada a leitura do histórico de apresentação das mesmas, que disponibilizados nos sites, definem o perfil organizacional, apresentando assim a missão, visão e valores. Entretanto há uma certa dificuldade em termos de que muitas empresas que faziam parte da população desta pesquisa, não disponibilizaram suas missões o que ocasionou uma redução da população originando uma amostra de 37 empresas. Faz-se necessário ressaltar que há dificuldades, em coletar missões de países em regiões diferentes, pois embora a missão seja a forma de ser da empresa, o fator culturalista modifica a forma de apresentação, pois muitas empresas tinham foco na visão e nos valores, desprezando a missão que faz parte do planejamento estratégico. Já os relatórios anuais e de sustentabilidade foram encontrados sem dificuldades pois existe uma divulgação maior por parte das empresas em apresentar estes relatórios.

O tratamento dos dados ocorreu em dois momentos. No primeiro, foram analisadas todas as missões das organizações da amostra, através da técnica de análise subjetiva, utilizando como protocolo palavras-chave que remetem aos atributos do construto investigado, das dimensões de sustentabilidade do TBL. Também, o mesmo procedimento foi realizado para a variável *disclosure* do desempenho global, apoiando-se nos construtos das categorias de sustentabilidade do relatório GRI- G4.

No quadro 1, a seguir, pode-se observar a descrição das variáveis utilizadas no estudo, a qualificação dos construtos associadas às referidas variáveis, bem como a base referencial para apreensão dos conceitos.

Quadro 01: variáveis dos Constructos

Variáveis	Constructos	Referências
Missão	<p>Dimensões</p> <p>Econômica: comercialização, preço, solidez financeira, dinheiro, rentável, valor</p> <p>Social: harmonizar, vida, conscientização, pessoas, sociedade, relações harmoniosas, vivemos, comunidade, viva, bem-estar social.</p> <p>Ambiental: natureza, matérias-primas renováveis, sustentável, sustentabilidade, ecologia.</p>	TBL
<i>Disclosure</i> do desempenho global	<p>Categorias:</p> <p>Econômica.</p> <p>Ambiental</p> <p>Social</p> <p>Subcategorias:</p> <p>Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente.</p> <p>Direitos Humanos</p> <p>Sociedade</p> <p>Responsabilidade Pelo Produto:</p>	GRI- G4

Fonte:GRI4, Adaptado (Pereira,2019)

Assim, para coleta das informações presentes nas missões organizacionais, tomando como base o conceito *Triple Botton Line* foi realizado um filtro de palavras que se correlacionava com as dimensões: econômicas, sociais e ambientais, e depois quantificando por meio de tabelas indicando: 1 para componentes encontrados nas dimensões que se correlacionava e 0 para elementos não encontrados. Para variável desempenho global foram baixados todos os relatórios de sustentabilidade do ano 2018, onde a tabulação buscava pontuar por meio da observação da existência ou não dos atributos associados a esse construto conforme quadro 01, adotando os seguintes critérios: 1 se identificado os elementos das dimensões analisadas conforme GRI-G4 e 2 caso não encontrado.

Objetivando minimizar o viés de subjetividade da coleta dos dados, eles foram analisados por outro investigador da pesquisa experiente no assunto.

Além disso, uma vez os dados das duas variáveis mensuradas, procedeu-se à tabulação e análise por meio da estatística descritiva (frequência absoluta e relativa) e inferencial (*Teste U de Mann Whitney*) para descrever as características de sustentabilidade das missões e das categorias de sustentabilidade do *disclosure* do desempenho global da amostra pesquisada.

## 4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 4.1 Análise descritiva dos dados

Na Tabela 2, a seguir verifica-se a mensuração das dimensões de sustentabilidade da amostra da pesquisa, de acordo com o conceito do *Triple Bottom Line*, utilizando-se estatística descritiva (frequência absoluta e da frequência relativa). É possível identificar nos dados coletados que a dimensão social apresentou maior percentual tendo um resultado de 54,05%, ou seja, as empresas publicam em suas missões palavras que caracterizam mais o fator social.

Na dimensão econômica ocorre o resultado contrário, nota-se o menor percentual, mostrando assim, que as empresas que compuseram a amostra evidenciam menos atributos na dimensão econômica apresentando um resultado de 24,32%. Por fim, a dimensão ambiental apresenta uma frequência de 27,03% evidenciando também que as empresas investigadas não priorizam atributos da dimensão ambiental nas suas missões.

Partindo do pressuposto que a sustentabilidade define que, as empresas devem balancear seus compromissos nas três dimensões, observa-se que nesta pesquisa do total das 37 empresas da amostra aproximadamente 81% das empresas apresentam mais atributos da dimensão social e ambiental do que da dimensão econômica. Isso significa que essas empresas classificadas pela revista *Corporate Knights* como empresas mais sustentáveis do mundo de fato declaram na suas missões compromissos com a questão ambiental e social.

Tabela 2 Dimensões da Sustentabilidade nas Missões das Empresas Com Base no Conceito TBL

Dimensões	Sim		Não		Total	
	N	%	N	%	N	%
Dimensão Econômica	9	24,32%	28	75,68%	37	100%
Dimensão Social	20	54,05%	17	45,95%	37	100%
Dimensão Ambiental	10	27,03%	27	72,97%	37	100%

Fonte: Pereira (2019)

Na Tabela 3 foi categorizada um *ranking* com as palavras que mais foram declaradas nas missões das empresas, que compõe a amostra desta pesquisa. Para composição deste *ranking* foi utilizado o conceito do tripé da sustentabilidade (*Triple Bottom Line*) que avalia as categorias econômicas, sociais e ambientais. Na dimensão econômica nota-se que as palavras que ocupam a 1ª colocação do *ranking*, tem relação direta com a perspectiva financeira que a empresa deseja alcançar sendo elas definidas pelas palavras “economia” e “rentável”.

Na dimensão social, a palavra mais disseminada nas missões foi “pessoas”, demonstrando que as empresas, ao formularem suas missões, desejam impactar de alguma forma o ser humano. E por fim na dimensão ambiental a palavra líder foi a palavra “sustentável”, o que atesta que ao declarar suas missões as organizações se comprometem a trabalhar os fatores sustentáveis.

Tomando como base os conceitos de que a missão é a forma de ser da empresa e que as empresas precisam ser economicamente viável, socialmente justa e ambientalmente responsável, percebe-se que a amostra das empresas, classificadas, como as mais sustentáveis do mundo, preocupam-se em atender a

esses conceitos. Também se identifica que apenas a dimensão social apresenta palavras na 4ª posição, o que demonstra que há uma preocupação com o social a serem divulgadas nas missões.

Tabela 3 Evidência de Palavras mais Divulgadas nas Missões Segundo a Concepção TBL.

Ranking	Dimensão Econômica	Dimensão Social	Dimensão Ambiental
1º	Economia Rentável	Pessoas	Sustentável
2º	Comercialização Preço Solidez Financeira Dinheiro Valores Mensuráveis	Sociedade	Natureza
3º		Vida	Matérias - prima Renovável Ecologia Sustentabilidade
4º		Harmonizar Conscientização Relações Harmoniosas Vivemos Comunidade Viva Bem Estar Social	

Fonte: Pereira (2019)

A Tabela 4, descrita a seguir, evidencia e analisa os relatórios anuais, e os relatórios de sustentabilidade ano 2018, publicados pelas 37 empresas que compõem a amostra da pesquisa. A mensuração foi realizada tomando como base o modelo proposto pelo GRI-G4 que orientam as empresas a divulgarem seus relatórios considerando as categorias: econômicas, ambientais e sociais, destacando que a categoria social propõe a análise em quatro subcategorias que avaliam as práticas trabalhistas e o trabalho decente, os direitos humanos, a sociedade e a responsabilidade pelo produto.

Na categoria econômica 75,68% das empresas da amostra apresentaram em seus relatórios informações de cunho econômico, em contra partida 24,32% não divulgam essas informações em seus relatórios. A categoria ambiental tem um percentual de divulgação bastante relevante por apresentar 100%, de divulgações pertinentes aos fatores ambientais. Na categoria social analisando as suas subcategorias temos que, as práticas trabalhistas são bastantes divulgadas apresentando, um percentual de 94,59%, já os direitos humanos apresentaram 59,46% de informações encontradas nos relatórios, a subcategoria sociedade apresentou 83,78% de informações divulgadas e a responsabilidade pelo produto 70,27% das empresas estudadas divulgam este tipo de informação.

Merece destaque nesta análise o fator ambiental, não desprezando as demais categorias, mas se faz menção, pelo fato de ter apresentado um grande leque de informações, nos relatórios anuais das 37 empresas analisadas desta pesquisa. Foi notada que todas divulgam suas ações das práticas ambientais. Também na categoria social, em suas subcategorias a o item menos divulgado foi o relato aos direitos humanos, tendo apenas 22 empresas que apresenta estes critérios propostos pelo GRI-G4.

A responsabilidade pelos produtos também se destaca como pouco divulgadas apenas 26 empresas se preocuparam com esse fator na elaboração dos

relatórios .Em contra partida os indicadores sociedade e práticas trabalhistas e de trabalho decente, são encontrados em escalas consideráveis, atestando um quantitativo respectivamente de 31 e 35 empresas que se atentam para fornecer essas informações.

Tabela 4: Dimensões da Sustentabilidade dos Relatórios Anuais baseados no GRI-G4

Categorias	Sim		Não		Total	
	N	%	N	%	N	%
Categoria Econômica	28	75,68%	9	24,32%	37	100%
Ambiental	37	100,00%		0,00%	37	100%
<b>Social</b>						
Subcategorias						
Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente	35	94,59%	2	5,41%	37	100%
Direitos Humanos	22	59,46%	15	40,54%	37	100%
Sociedade	31	83,78%	6	16,22%	37	100%
Responsabilidade pelo produto	26	70,27%	11	29,73%	37	100%

Fonte: Elaboração própria, a partir de dados da pesquisa.

## 4.2 Análise das hipóteses

A pesquisa buscou testar a hipótese geral a respeito da associação entre as dimensões de sustentabilidade das missões com as dimensões de sustentabilidade do *disclosure* do desempenho global. As hipóteses secundárias, por sua vez, referiram-se à associação da dimensão econômica da missão com a dimensão econômica do *disclosure* do desempenho global (Hipótese a); à associação da dimensão ambiental da missão com a dimensão ambiental do *disclosure* do desempenho global (Hipótese b); à associação da dimensão social da missão com a dimensão social do *disclosure* do desempenho global (Hipótese c).

Tabela 5 – Testes de hipóteses da associação entre dimensões de sustentabilidade da missão com o *disclosure* do desempenho global

Hipóteses	Nível Crítico de Significância	Nível de Significância do Teste	Decisão
<b>Hipótese (a)</b>	,05	Asymp. Sig. (2-tailed) = ,054	<b>Aceitar</b>
H <sub>0a</sub>			
H <sub>1a</sub>			
<b>Hipótese (b)</b>	,05	Asymp. Sig. (2-tailed) = 1,000	Rejeitar
H <sub>0b</sub>			
H <sub>1b</sub>			
<b>Hipóteses (c)</b>	,05	Asymp. Sig. (2-tailed) = ,001	<b>Aceitar</b>
H <sub>0c</sub>			
H <sub>1c</sub>			

De acordo com a Tabela 5, constata-se que os resultados dos testes de hipóteses U de *Mann Whitney*, que buscaram comparar diferenças significantes entre dimensões de sustentabilidade da missão e o *disclosure* do desempenho global, mostraram que não há diferença marginalmente significativa ( $\alpha=,054$ ) na dimensão econômica da sustentabilidade entre a missão e o *disclosure* do

desempenho global (Hipótese a). Já para a hipótese da dimensão ambiental da sustentabilidade entre a missão e o *disclosure* do desempenho global (Hipótese b), os resultados evidenciam que há diferença significativa ( $\alpha=1,000$ ). E, por último, o teste da dimensão social de sustentabilidade da missão e o *disclosure* do desempenho global mostrou que não há diferença marginalmente significativa ( $\alpha=,001$ ) na dimensão social da sustentabilidade entre a missão e o *disclosure* do desempenho global (Hipótese c).

Analisando os resultados dos testes de hipóteses em conjunto, observa-se que apenas as dimensões de sustentabilidade “econômico” e “social” mostraram não apresentar diferenças significantes do ponto de vista estatístico entre as variáveis missão e *disclosure* do desempenho global. Essas evidências significam que as empresas da amostra declaram componentes de sustentabilidade abrangendo os aspectos econômico, ambiental e social, porém somente existe o *disclosure* do desempenho aderente aos aspectos econômico e social.

Em termos de discussão, esses resultados divergem parcialmente àqueles encontrados no estudo de Michelon (2011) que mostrou que o comprometimento das partes interessadas e a exposição na mídia estão positivamente associados à divulgação da sustentabilidade, já que neste estudo a amostra investigada não mostrou associação entre a declaração na missão da dimensão ambiental e o *disclosure* do desempenho global.

Também, as evidências encontradas através dos testes de hipóteses corroboram, no contexto da dimensão ambiental, que com o aumento da pressão das partes interessadas, é necessário que as empresas sejam transparentes sobre suas práticas de sustentabilidade, e essencial também saber como os mecanismos de divulgação corporativa são confiáveis, testando a lacuna entre as reivindicações de sustentabilidade empresarial e a prática real (FONT, 2012).

Por fim, pode-se destacar também que rejeição da hipótese da dimensão ambiental consolida, de um lado, a tese de Hummel e Schlick (2016) quando sustentam que a relação entre o desempenho de sustentabilidade e a divulgação da sustentabilidade permanece ambígua, tanto teórica quanto empiricamente. Por outro lado, é uma hipótese também de pelo fato da dimensão ambiental ser uma questão sensível ao valor de mercado das empresas, isso pode contribuir para que as empresas divulguem menos esse aspecto da sustentabilidade, uma vez que de acordo com a teoria da divulgação voluntária, as empresas com desempenho de sustentabilidade superior escolhem a divulgação de sustentabilidade de alta qualidade para sinalizar seu desempenho superior ao mercado, e segundo a teoria da legitimidade, àquela com piores desempenhos da sustentabilidade preferem a divulgação de baixa qualidade da sustentabilidade para disfarçar seu verdadeiro desempenho e simultaneamente proteger sua legitimidade. (HUMMEL, Katrin; SCHLICK, Christian, 2016).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O novo cenário de mercado em que as questões da responsabilidade social corporativa, tem sido palco de grandes discussões, as organizações precisam-se reformular, atentando-se para essas variáveis. Assim, está pesquisa teve como objetivo analisar as missões das empresas mais sustentáveis do mundo segundo a revista *Corporate Knights* e analisar os relatórios anuais e de sustentabilidade para verificar se há relação entre as variáveis.

Tomando como base que as empresas precisam elencar seus compromissos diante das dimensões econômicas, sociais e ambientais, fazendo uma ponte com o conceito do *Triple Bottom Line*, verificou-se que ao aplicar o método de estatística descritiva nas missões organizacionais da amostra, as empresas apresentaram mais características econômicas e sociais presentes em suas missões, desprezando a dimensão ambiental. Entretanto, ao avaliar os relatórios anuais e de sustentabilidade categorizando o modelo proposto pelo *Global Reporting Initiative* GRI na sua mais recente versão G4, o fator ambiental obteve o maior resultado entre as categorias analisadas contrapondo os resultados alcançados na mensuração das missões. Também faz-se relevante ressaltar que, no modelo proposto, a categoria social é avaliada em quatro subcategorias, onde destas, as mais divulgadas foram as práticas trabalhistas e o trabalho decente.

Realizando o confronto das hipóteses entre as dimensões de sustentabilidade, com as dimensões de sustentabilidade do *disclosure* do desempenho global, observando os testes no sentido global, constatou-se que as dimensões econômica e social não apresentaram diferença significativas entre as variáveis, ao contrário da dimensão ambiental, que comprovou diferenças entre as relações. Assim os resultados obtidos comprovam que as empresas divulgam informações pertinentes aos aspectos econômico, social e ambiental, entretanto não há relação do *disclosure* do desempenho global com a categoria ambiental.

Esta pesquisa teve limitações para encontrar as missões das empresas em seus *websites*, pois elas não apareciam de forma explícita, devendo ser realizada a leitura do perfil organizacional para identificação. Também não foi possível mensurar os relatórios de sustentabilidade de forma detalhada, proposta pelo GRI-G4 em virtude de falta de informações que atendia a todos os critérios, sendo a análise feita de forma global.

Assim, sugere-se como pesquisas futuras, analisar de forma detalhada todos os indicadores apresentados no GRI 4 das empresas mais sustentáveis do mundo segundo a revista *Corporate Knights*, mensurar se há relação governamental em virtude do ranking apresentar diversidade entre países, e correlacionar outros indicadores de sustentabilidade para obtenção de outros resultados.

## REFERÊNCIAS

ABRAHAMS, J. **Plus Guidelines for Writing Your: Own Mission Statement** 101 Mission Statements from Top Companies, Berkeley. 2007

ABREU, M. C. de S.; MARINO, P. de B. L. P.; PINHEIRO; A. B.; SOARES, R. **Efeito do sistema financeiro na evidência sociambiental de empresas de países emergentes**. Enfoque: reflexão contábil, v. 37, n. 2, p. 21-35, 2018

BARET, Pierre. **L'évaluation contingente de la Performance Globale des Entreprises**: Une méthode pour fonder un management socialement responsable?. 2ème journée de recherche du CEROS, p. 1-24, 2006.

CARREIRA, F. A.; PALMA, C. M. da. **Análise comparativa dos relatórios de sustentabilidade das empresas brasileiras, portuguesas, espanholas e andorras**. Revista Universo Contábil, Blumenau, v.8, n. 4, p. 140-166, 2012.

CONCEIÇÃO, S. H.; DOURADO, G. B.; SILVA, S. F. **Global Reporting Initiative (GRI): Um estudo exploratório da prática de evidenciação em sustentabilidade empresarial na América Latina. Análise comparativa dos relatórios de sustentabilidade das empresas brasileiras, portuguesas, espanholas e andorras.** Revista de Gestão Finanças e Contabilidade, v. 2, n. 3, p. 17-38, 2012.

DELAI, I.; TAKAHASHI, S. **Uma proposta de modelo de referência para mensuração da sustentabilidade corporativa.** Revista de Gestão Social e Ambiental, v. 2, n. 1, p. 19-40, 2008.

FINCH, Nigel. **The motivations for adopting sustainability disclosure.** 2005.

FONT, Xavier et al. **Corporate social responsibility: The disclosure–performance gap.** Tourism Management, v. 33, n. 6, p. 1544-1553, 2012.

Global Reporting Initiative. <<https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>> .Acessado em: 18 de Maio de 2019.

Hitt, M., Ireland, R., Hoskisson, R., 2011. **Strategic Management.** South-Western Cengage, Mason, US.

HUMMEL, Katrin; SCHLICK, Christian. **The relationship between sustainability performance and sustainability disclosure—Reconciling voluntary disclosure theory and legitimacy theory.** Journal of Accounting and Public Policy, v. 35, n. 5, p. 455-476, 2016.

HSU, L. C.; OU, S. L.; OU, Y. C. **A comprehensive performance evaluation and ranking methodology under a sustainable development perspective.** Journal Business Economics and Management, v. 16, p. 74-92, 2015.

JONES, Stewart et al. An empirical examination of the market returns and financial performance of entities engaged in sustainability reporting. **Australian Accounting Review**, v. 17, n. 41, p. 78-87, 2007.

KIOPLER, F.; SOUZA, P.; LUNKES, R. **Missão empresarial: Uma análise de sua efetividade para o planejamento estratégico.** Contaduria, Universidade de Antioquia, 66, 113-119, 2015.

LIMA, H.G.; SILVA, R.P.A. **Disclosure de informações de capitais não financeiros do setor de utilidade pública da BM&FBOVESPA: Uma evidência a partir do relato integrado.** Revista de Contabilidade da UFBA, Salvador, Bahia, v. 11, n. 3, p. 120-142, 2017.

MICHELON, Giovanna. **Sustainability disclosure and reputation: a comparative study.** Corporate Reputation Review, v. 14, n. 2, p. 79-96, 2011.

MILLET, S., 2006. **Futuring and visioning: complementary approaches to strategic decision making.** Strategy & Leadership 34 (3), 43 e 50.

MUSSOI, A.; LUNKES, R.J.; SILVA, R.V. **Missão Institucional: Uma análise da efetividade e dos principais elementos presentes nas empresas brasileiras de capital aberto.** Rege, São Paulo-SP, Brasil, v. 18, n. 3, p. 36-384 -jul/set, 2011.

MYSEN, Tore. Sustainability as corporate mission and strategy. **European Business Review**, v. 24, n. 6, p. 496-509, 2012.

MORIOKA,S.N.; CARVALHO, M. M. **Discutindo sustentabilidade no contexto de negócios e em relatórios de desempenho**: análise de estudos de caso brasileiro. *Gest.Prod.*, São Carlos, v.24, n 3, p. 514- 525, 2017.

OLIVEIRA,L. M. de.; PEREZ,J. H. J.;SILVA,C. A. dos S. **Controladoria Estratégica**. 10<sup>a</sup> Edição. São Paulo.Atlas,2014.

OLIVEIRA,Antonio Benedito Silva.**Controladoria Fundamentos do Controle Empresarial**. 10<sup>a</sup> Edição. São Paulo.Atlas,2009.

PAPULOVA, Zuzana. The significance of vision and mission development for enterprises in Slovak Republic. **Journal of Economics, Business and management**, v. 2, n. 1, p. 12-16, 2014.

PADOVEZE, Clóvis Luis. **Controladoria Básica**. 2<sup>o</sup> Edição. São Paulo.

PEARCE, J. A . II. **The Company Mission As a Strategic Tool**:Whats is a company mission ?. Sloan Management Review (Pre-1986); Spring 1982 ; 23; 3, University of South Carolina.

QUAIREL,F. **Controlê de la Performace Globale et Responsabilitê Sociale de l'entreprise (RSE)**, Maitre de Conférences - CREFITE, Université Paris Dauphine, 2006.

RICHARDSON,R. J.**Pesquisa Social:Métodos e técnicas**. 3<sup>a</sup> Edição, São Paulo,Atlas 1999.

SILVEIRA, L.M.; PETRINI, M. **Desenvolvimento sustentável e responsabilidade social corporativa**: Uma análise bibliométrica da produção científica internacional. *Gest.Prod.*,São Carlos, v.25, n° 1, p . 56-67, 2018.

## ANEXOS

Anexo 01: População

Ranking	Empresa	País	Área/ Indústria
1	Dassault Systemes	França	Programas
2	Neste	Finlândia	Petróleo, Gás e Combustíveis Consumíveis
3	Valeo	França	Componentes Automotivos
4	Ucb	Bélgica	Farmacêutica
5	Outotec	Finlândia	Engenharia de Construção
6	Amundi	França	Mercados capitais
7	Cisco Systems	Estados Unidos	Equipamentos de comunicação
8	Autodesk	Estados Unidos	Programas
9	Siemens	Alemanha	Conglomerados Industriais
10	Samsung SDI	Coreia do Sul	Equipamentos eletrônicos, instrumentos e componentes
11	Banco Aareal	Alemanha	Meios de arremesso e financiamento hipotecário
12	Enbridge	Canadá	Petróleo, Gás e Combustíveis Consumíveis
13	Merck	Estados Unidos	Farmacêutica
14	Natura Cosméticos	Brasil	Produtos Pessoais
15	Pearson	Reino Unido	meios de comunicação
16	Grupo de TI Amadeus	Espanha	Serviços de TI
17	Bayerische Motoren Werke	Alemanha	Automóveis
18	Companhia Energética de Minas Gerais CEMIG	Brasil	Utilidades elétricas
19	Koninklijke Philips	Países Baixos	Conglomerados Industriais
20	Allergan	Estados Unidos	Farmacêutica
21	Honda Motor Co	Japão	Automóveis
22	Sanofi SA	França	Farmacêutica
23	McCormick	Estados Unidos	Produtos alimentícios
24	Banco da Commonwealth da Austrália	Austrália	Bancos
25	Vivendi	França	meios de comunicação
26	Intel	Estados Unidos	Semicondutores e Equipamentos Semicondutores
27	Ittron	Estados Unidos	Equipamentos eletrônicos, instrumentos e componentes
28	Telefonaktiebolaget LM Ericsson	Suécia	Equipamentos de comunicação
29	Halma	Reino Unido	Equipamentos eletrônicos, instrumentos e componentes
30	Deutsche Borse	Alemanha	Mercados capitais
31	Kesko	Finlândia	Food & Staples Retailing
32	Televisão Francaise 1	França	meios de comunicação

33	bioMerieux	França	Equipamentos e Suprimentos para Cuidados de Saúde
34	AstraZeneca	Reino Unido	Farmacêutica
35	Nokia	Finlândia	Equipamentos de comunicação
36	BNP Paribas	França	Bancos
37	Eli Lilly	Estados Unidos	Farmacêutica
38	Marca de loja	Noruega	Seguro
39	ABB	Suíça	Equipamento elétrico
40	Svenska Cellulosa Aktiebolaget *	Suécia	Produtos para o lar
41	Intesa Sanpaolo	Itália	Bancos
42	Analog Devices	Estados Unidos	Semicondutores e Equipamentos Semicondutores
43	Materiais Aplicados	Estados Unidos	Semicondutores e Equipamentos Semicondutores
44	Takeda Pharmaceutical	Japão	Farmacêutica
45	Schneider Electric	França	Equipamento elétrico
46	Grupo Financeiro Shinhan	Coreia do Sul	Bancos
47	Kering	França	Têxteis, vestuário e artigos de luxo
48	Ingersoll-Rand	Estados Unidos	Maquinário
49	Banco do Brasil	Brasil	Bancos
50	Nestlé	Suíça	Produtos alimentícios
51	Legrand	França	Equipamento elétrico
52	Engie Brasil Energia	Brasil	Potência Independente e Eletricidade Renovável Prod.
53	GlaxoSmithKline	Reino Unido	Farmacêutica
54	ING Groep	Países Baixos	Bancos
55	Sekisui Chemical	Japão	Bens Domésticos
56	Acciona	Espanha	Utilidades elétricas
57	H & M Hennes & Mauritz	Suécia	Varejo Especializado
58	Aberdeen Asset Management	Reino Unido	Mercados capitais
59	NVIDIA	Estados Unidos	Semicondutores e Equipamentos Semicondutores
60	Daimler	Alemanha	Automóveis
61	Diageo	Reino Unido	Bebidas
62	Grupo BT	Reino Unido	Serviços de Telecomunicações Diversificados
63	Telecomunicações de Singapura	Cingapura	Serviços de Telecomunicações Diversificados
64	Novartis	Suíça	Farmacêutica
65	Sandvik	Suécia	Maquinário
66	Chr. Hansen	Dinamarca	produtos químicos
67	Parceiros Europeus da Coca-Cola	Reino Unido	Bebidas
68	Nissan Motor Co	Japão	Automóveis

69	Instrumentos Texas	Estados Unidos	Semicondutores e Equipamentos Semicondutores
70	Orsted	Dinamarca	Utilidades elétricas
71	Allianz	Alemanha	Seguro
72	Grupo Lenovo	China	Hardware, Armazenamento e Periféricos de Tecnologia
73	Telus	Canadá	Serviços de Telecomunicações Diversificados
74	Fabricação de Semicondutores de Taiwan	Taiwan	Semicondutores e Equipamentos Semicondutores
75	MetLife	Estados Unidos	Seguro
76	Banco Santander Brasil	Brasil	Bancos
77	HP	Estados Unidos	Hardware, Armazenamento e Periféricos de Tecnologia
78	Sun Life Financial	Canadá	Seguro
79	Hewlett Packard Enterprise	Estados Unidos	Hardware, Armazenamento e Periféricos de Tecnologia
80	Banco Nacional da Austrália	Austrália	Bancos
81	Elétrica geral	Estados Unidos	Conglomerados Industriais
82	Verbund	Áustria	Utilidades elétricas
83	Akzo Nobel	Países Baixos	produtos químicos
84	L'Oreal	França	Produtos Pessoais
85	AXA	França	Seguro
86	Banco Nordea	Suécia	Bancos
87	Orkla	Noruega	Produtos alimentícios
88	Wartsila	Finlândia	Maquinário
89	Banco imperial canadense de comércio	Canadá	Bancos
90	Renault	França	Automóveis
91	Syngenta	Suíça	produtos químicos
92	Johnson & Johnson	Estados Unidos	Farmacêutica
93	Posco	Coreia do Sul	Metais e Mineração
94	Suez	França	Multitarefa
95	Umicore	Bélgica	produtos químicos
96	Sistemas de Vento Vestas	Dinamarca	Equipamento elétrico
97	SSE	Reino Unido	Utilidades elétricas
98	CapitaLand	Cingapura	Gestão Imobiliária e Desenvolvimento
99	Derwent London	Reino Unido	Trusts de Investimento Imobiliário em Participações (REITs)
100	Desenvolvimentos da cidade	Cingapura	Gestão Imobiliária e Desenvolvimento

Fonte: Corporate Knights, adaptado (Pereira, 2019)