

A Sustentabilidade está na sua Missão? Uma análise lexical da missão institucional das empresas brasileiras mais sustentáveis

RESUMO

Este trabalho apresenta uma análise das missões, visões e valores, das 79 empresas consideradas mais sustentáveis de 2018 segundo a revista Exame – Guia Sustentabilidade 2018. Assim, a análise consistiu na busca de identificar traços de sustentabilidade nas missões, visões e valores dessas organizações, além de compreender o sentido que dão ao significado de sustentabilidade. A abordagem metodológica aplicada é a análise de dados secundários, utilizando a análise lexical da missão, visão e valores extraídos dos sites e relatórios de sustentabilidade das empresas premiadas, além do conceito dado pelas organizações para sustentabilidade. Para a análise desta base de dados, utilizou-se o software IRaMuTeQ 0,7 alfa 2 e foram realizadas as seguintes análises: estatística, dendograma, análise de similitude e nuvem de palavras. Nota-se que a sustentabilidade está na missão das empresas, mas, voltado ao aspecto econômico da perspectiva do *Triple Bottom Line (TBL)*, enquanto a definição de sustentabilidade relaciona-se fortemente com as perspectivas social e ambiental.

PALAVRAS-CHAVE: Sustentabilidade, Triple Bottom Line, Planejamento Estratégico, Missão, Análise Léxica.

1. INTRODUÇÃO

A sustentabilidade nos últimos tempos vem sendo considerada questão-chave para as organizações (VERBONG; GEELS, 2010; OLIVEIRA et al., 2012). Este tema tem sido abordado por diferentes áreas do conhecimento, que por um lado, demonstra a sua importância, mas por outro lado leva a uma série de ambiguidades em definições e abordagens (WCED, 1987; BEVILACQUA; CIARAPICA; GIACCHETTA, 2007; VERBONG; GEELS, 2010). Desse modo, muitas empresas estão compondo suas políticas organizacionais com princípios voltadas para o processo produtivo mais sustentável, além de incorporar em seu planejamento estratégico, ações voltadas para a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) (SOTERIOU; COCCOSSIS, 2010; BIANCHI et al., 2013).

A incorporação da sustentabilidade no planejamento estratégico é uma prática gerencial corporativa através da qual um conjunto de processos é realizado para definir uma gama de estratégias que contribuam para a realização da missão da organização (LEÓN-SORIANO et al., 2010). Segundo Baumgartner (2014), a inclusão das ações de sustentabilidade na cultura organizacional inicia-se com a definição do planejamento institucional. Para Garza (2013) e Baumgartner (2009), evidenciam que esta preocupação deve estar formalizada na cultura organizacional das instituições. Uma das principais etapas do planejamento estratégico é a definição da missão, visão e dos valores (ANSOFF, 1965; FISCHMANN; ALMEIDA, 1991; OLIVEIRA, 2005), assim é importante a formalização na estratégia organizacional das políticas de diminuição do impacto ambiental (OLIVEIRA et al., 2012). Contudo, a efetividade na implementação da sustentabilidade na estratégia da organização só terá efeito se a alta gestão estiver comprometida (CLARO; CLARO; AMÂNCIO, 2008).

Visto a importância do *Triple Bottom Line (TBL)* para a continuidade e manutenção das organizações, muitas passaram a comunicar suas ações de sustentabilidade visando mostrar a sociedade suas políticas de diminuição do impacto ambiental (FREEMAN, 1984; OLIVEIRA et al., 2012).

Assim, o objetivo deste trabalho é analisar as missões, visões e valores das 79 empresas consideradas as organizações mais sustentáveis de 2018, segundo a revista Exame. O trabalho busca identificar a definição de sustentabilidade das companhias no Brasil, com o propósito de

analisar os objetivos sustentáveis nas missões, visões e valores, e por fim compreender o sentido que as organizações dão ao significado de sustentabilidade.

A abordagem metodológica é uma análise de dados secundários, utilizando uma análise léxica da base de dados extraída do "Guia de Sustentabilidade 2018" da Revista Exame. Pesquisou-se então, as declarações de missões, visões, valores e a definição de sustentabilidade dessas 79 empresas, usando sites, relatórios e em alguns casos solicitando as informações diretamente para a empresa. Para análise desta base de dados, utilizou-se o software IRaMuTeQ 0,7 alfa 2 e foram realizadas as seguintes análises: estatística, dendograma, análise de similitude.

Este artigo está estruturado em seis seções. Após a introdução, a seção dois apresenta o referencial teórico abordando as estratégias organizacionais e a responsabilidade social corporativa, apresentando as diferentes abordagens e definições de vários autores sobre sustentabilidade e sua interface com o planejamento estratégico. A seção três apresenta o método de pesquisa. Os resultados são apresentados na seção quatro e análise e discussão na seção cinco. Finalmente, na seção seis, as principais conclusões são exibidas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Esta seção discutirá aspectos importantes para a compreensão da sustentabilidade nas organizações, desse modo, será dividido em duas temáticas, a definição da missão, visão e valores como meio de alinhamento estratégico para a sustentabilidade e responsabilidade social corporativa. A segunda parte, discutirá acerca da definição da sustentabilidade.

2.1 PLANEJAMENTO ESTRATEGICO

Para as organizações o planejamento estratégico tem significado relevante pois é a partir de sua formulação, ao qual inicia-se com a definição de missão, visão e valores, que a organização traça uma estratégia para alcançar seus objetivos (ANSOFF, 1979; FISCHMANN; ALMEIDA, 1991; OLIVEIRA, 2005). Para Oliveira (2005), o planejamento pode ser conceituado como um processo desenvolvido para o alcance de uma situação desejada. O autor declara que o planejamento é um processo contínuo, um exercício mental que é executado pela empresa e que leva a questionamentos sobre as estratégias a serem traçadas.

A palavra estratégia vem ao encontro desse conceito que segundo Ansoff (1979), a estratégia é um conjunto de orientações acerca do comportamento da organização. O autor vai além e esclarece que a estratégia é plano com foco no futuro (ANSOFF, 1979). O planejamento estratégico, para Andrade e Amboni (2010), é um processo formalizado com o objetivo de traçar estratégias para as organizações alcançarem seus objetivos. Ainda, para Caravantes, Panno e Kloeckner (2005), o planejamento estratégico tem impacto significativo na organização pois será através da estratégia que os recursos serão alocados.

Neste destaca-se a necessidade de desenvolver o planejamento estratégico a fim de obter vantagem competitiva. O interesse das organizações por tal tema vem crescendo a partir da Segunda Guerra Mundial e o advento tecnológico que permitiu que as organizações concorrentes tivessem acesso as mesmas informações (MAXIMIANO, 2009).

Assim, os conceitos debatidos, afluíram ao planejamento estratégico como o estabelecimento de um conjunto de providências a serem tomadas pelo gestor para um panorama do futuro que tende a ser diferente do passado, pressupondo a necessidade de um processo decisório que busca uma vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes (OLIVEIRA, 2005; MAXIMIANO, 2009).

Desse modo, uma das primeiras etapas do desenvolvimento do planejamento estratégico é estabelecimento da missão, visão e valores, estes instrumentos que possibilitam a obtenção de direcionamento organizacional (ANDRADE; AMBONI, 2010; BIANCHI et al.,

2013; OLIVEIRA, 2005; CARAVANTES, PANNO; KLOECKNER, 2005). Estes aspectos serão aprofundados na próxima seção.

2.2 MISSÃO, VISÃO E VALORES

O planejamento estratégico tem como ponto inicial a declaração da missão da organização. Ela é responsável por informar a sociedade o propósito da organização, desse modo, ela está focada em atender as demandas dos *stakeholders* (CARAVANTES; PANNO; KLOECKNER, 2005; WRIGHT; KROLL; PARNELL, 2009). Para Andrade e Amboni (2010), a missão é entendida como um contrato da organização perante a sociedade na busca da longevidade do negócio. Ainda, Drucker (1975) ressalta que a definição da missão de uma empresa é um processo difícil, doloroso e arriscado, porém é somente desta forma que se consegue estabelecer políticas, estratégias e concentrar recursos.

Epstein (2008) destaca que é extremamente importante uma declaração forte da missão institucional, pois é a partir dela que a consciência de uma estratégia empresarial começa. A inclusão de princípios sustentáveis, tanto na conduta quanto na declaração da missão de uma organização, é um forte indicativo de que a organização considera a sustentabilidade como parte fundamental de sua estratégia corporativa, ou seja, em teoria, para uma empresa ser sustentável ela deveria começar com uma missão institucional alinhada com a sustentabilidade (LEÓN-SORIANO et al., 2010; RIBEIRO; CARMO, 2015).

A organizações com o tempo realizam novas análises de ambiente interno e externo com o objetivo reavaliar sua missão. Uma mudança no ambiente pode forçar a declaração de uma nova missão (MAXIMIANO, 2006). Assim, torna necessário um novo planejamento estratégico. Mas Motta e Vasconcelos (2006), afirmam que as organizações devem avaliar bem seu ambiente para não alinhar sua estratégia focando em necessidades passageiras.

Concomitante a definição da missão a organização deve definir também sua visão. Para Bianchi et al., (2013) a visão é o que deseja realizar e onde a organização pretender chegar. A visão de uma organização é os limites que ela pretende alcançar em um determinado período. É através da visão que a organização expressa sua imagem do presente e do futuro (OLIVEIRA, 2005). Caravantes, Panno e Kloeckner (2005), destaca que a visão além de direcionar a organização para uma meta, ela motiva os colaboradores.

É através da visão que a organização tem uma imagem definida perante seus os clientes, colaboradores e os acionistas. Sem uma visão de futuro a organização não consegue focar em atingir suas metas (CHIAVENATO; MATOS, 2002; PAZ; KIPPER, 2016).

Por fim, a organização define seus valores, os quais são as crenças básicas que orientam o comportamento dos colaboradores na busca dos objetivos empresariais. Para Oliveira (2005), os valores devem estar alinhados com os propósitos éticos da organização, assim como, sustentando a vantagem competitiva (BIANCHI et al., 2013). Os valores estão presentes na cultura organizacional, desse modo, está enraizada na organização, logo os colaboradores devem estar alinhados a estes valores.

Para Caravantes, Panno e Kloeckner (2005, p. 46) os valores de uma organização visam “orientar o pensamento na tomada de decisão e os esforços nos diversos níveis hierárquicos, visando conduzir a empresa em determinado rumo”.

Assim, a reflexão do sentido da responsabilidade empresarial atrelados ao planejamento estratégico, nas declarações da missão, visão e valores denotam a importância do alinhamento estratégico organizacional e a sustentabilidade (SOUSA, 2006; FARIA; SAUERBRONN, 2008; OLIVEIRA, 2012).

Desse modo, desenvolver um planejamento estratégico preocupado com a Responsabilidade Social Empresarial (RSE), reflete um passo que exige compromisso sério, cuidadosa reflexão e o mais importante, um acompanhamento sistemático para o cumprimento das ações (GRAY; BEBBINGTON, 2001). Assim a sustentabilidade que está atrelado a

Responsabilidade Social Empresarial (RSE), será discutido com maior profundidade na próxima seção, levando o conceito de *Triple Bottom Line (TBL)*.

2.3 SUSTENTABILIDADE

Nesta seção, busca-se debater a sustentabilidade com base no conceito de *Triple Bottom Line (TBL)* ou tripé da sustentabilidade, introduzindo seu conceito e sua importância para o desenvolvimento estratégico das organizações (FREEMAN, 1984).

Com o aumento das discussões acerca da sustentabilidade e o papel das organizações no impacto ambiental. As organizações necessitaram se reposicionar no mercado (TREVISAN et al., 2008). Desse modo, as organizações buscaram em seus negócios implementar ações voltadas para sustentabilidade, mas também, estratégias empresariais que gerassem valor através das ações sustentáveis (BENITES; POLO, 2013).

O termo desenvolvimento sustentabilidade ganha popularidade em 1987, através da Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD), a qual torna mais complexo, inserido ao debate de sustentabilidade econômica a concepção de sustentabilidade social e ambiental (OLIVEIRA et al., 2012; KRUGER et al., 2016). Assim, no Relatório de Brundtland, foi definido como desenvolvimento sustentabilidade “[...] aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas próprias necessidades” (WCED, 1987, p. 19). Desse modo, organizações de diversos países se comprometem com a realização de reformas de cunho político e econômico para o melhor desenvolvimento das organizações com foco na sustentabilidade (KRUGER et al., 2016; FEIL; SCHREIBER, 2017). Destaca-se que este termo vem adquirindo força ao passar dos anos, com a realização das conferências Rio 92 em 1992; Rio +10 em 2002 e Rio +20 em 2012, onde os países se comprometeram a cumprir metas que diminuíssem o impacto da emissão de poluentes pelas organizações (FEIL; SCHREIBER, 2017).

Com estas mudanças a responsabilidade social nas organizações emerge para atender às novas exigências normativas e legais (OLIVEIRA et al., 2012). Além disso, o comportamento do consumidor muda a partir das reflexões sobre os impactos ao meio ambiente. Essas mudanças, advém da preocupação da sociedade com as boas práticas sustentáveis que buscam minimizar os impactos que os produtos comercializados têm no meio ambiente (BERTONCELLO; JÚNIOR, 2007; BENITES; POLO, 2013).

Assim, as organizações com o intuito de se adaptarem à nova realidade social, compreenderam a importância de a organização evidenciar no seu processo produtivo práticas que minimizem seu impacto ambiental e ações voltadas para o desenvolvimento social (BAUMGARTNER, 2014). Essas ações buscam rever o comportamento ético na organização nas áreas social e ambiental e em contrapartida aumentar a sustentabilidade econômica. A junção destas práticas emerge o conceito de TBL (FREEMAN, 1984).

Neste sentido o conceito de TBL surge como forma das organizações repensarem sua atuação perante a comunidade, atuando não apenas no desenvolvimento econômico, mas também, em outras áreas (SILVA; ABREU, 2018).

O conceito de *Triple Bottom Line (TBL)* é constituído por três pilares. O econômico que visa o resultado financeiro, o social que trata dos benefícios para a sociedade e pôr fim, ambiental que corresponde a gestão de recursos naturais de forma responsável visando o menor impacto ambiental.

As ações que abrangem o conceito de TBL só foram inseridas no planejamento organizacional a partir da década de 90, quando a sociedade começou a entender que o desenvolvimento econômico vai além da geração de lucro (BAUMGARTNER, 2009; BENITES; POLO, 2013; SILVA; ABREU, 2018).

Para Sousa (2006, p. 16):

Incorporar critérios de responsabilidade social na gestão estratégica do negócio e traduzir as políticas de inclusão social e promoção da

qualidade ambiental, entre outras, em metas que possam ser computadas na sua avaliação de desempenho é o grande desafio. Desta forma, é importante que esse conceito faça parte do planejamento estratégico das empresas e seja disseminado por toda organização, passando a ser uma nova forma de gerir negócios.

A literatura sobre Responsabilidade Social Empresarial (RSE) interage com discussões sobre o desenvolvimento sustentável (GARRIGA; MELÉ, 2004) uma vez que a responsabilidade social pode ser definida como a responsabilidade da empresa pelos impactos sociais e ambientais decorrentes de suas decisões e atividades, considerando o comportamento ético e a transparência e contribuindo para o desenvolvimento sustentável (ISO 26000, 2010). Isso significa que a RSE está relacionada a ações e decisões corporativas com metas que estão além da conformidade, atingindo interesses fora da organização (MCWILLIAMS; SIEGEL; WRIGHT, 2006).

Assim, para Hart (1997) e Stead e Stead (2000) nos modelos tradicionais de planejamento estratégico, as questões ambientais são normalmente vistas como ameaças legais e de aumento dos custos de produção, principalmente quando a legislação se torna mais rígida. Diante disso, é um desafio para as organizações incorporar sustentabilidade a sua missão estratégica.

Contudo, mesmo as ações de sustentabilidade serem de retorno de longo prazo, elas devolvem para as organizações, reconhecimento social e eficiência na gestão de seus recursos, pois, além de atrair consumidores conscientes, elevam a eficiência organizacional.

Considerando a inter-relação complexa entre o TBL, a ideia do desenvolvimento sustentável é que o lucro financeiro corporativo deve ser seguido pela prosperidade econômica, ambiental e social com impactos na sociedade de forma positiva (SAVITZ; WEBER, 2006). Hanna, Rohm e Crittenden (2011) conclui que, para que isso seja possível, é necessário incorporar a sustentabilidade nos processos de negócios de modo que os investimentos sociais e ambientais não sejam considerados apenas como despesas adicionais, mas como investimento em oportunidades de inovação e competitividade (VOLTOLINI, 2011).

Para Claro; Claro; Amâncio (2008) geralmente é a média gerência que tomam as primeiras atitudes sobre a sustentabilidade dentro das organizações, muitas vezes sem o apoio da alta administração que só após um período de maturidade, apoia e incentiva estas ações de sustentabilidade. Contudo, para a efetividade das ações de sustentabilidade dentro das organizações é necessário o comprometimento da alta administração pois é através dela que a organização, como um todo, enxerga e se sensibiliza referente a ações de sustentabilidade.

3. MÉTODO DE PESQUISA

A análise de dados secundários pode ser caracterizada como empírico-analítico, que é a forma que apresenta abordagens em comum na coleta, tratamento e análise de dados quantitativos. Este tipo de estudo tem forte preocupação com a relação causal entre variáveis. A validação da prova científica é buscada através de testes dos instrumentos, graus de significância e sistematização das definições operacionais.

Neste estudo foram analisados os dados secundários disponíveis na revista Exame – Guia sustentabilidade de 2018, este guia seleciona as empresas mais sustentáveis com base na análise de um questionário respondido pelas empresas que tem interesse de participar do processo.

As empresas são destacadas como referência em sustentabilidade nos seus respectivos setores pela revista EXAME, com a realização de matérias dedicadas às melhores práticas destas organizações ganhando visibilidade nacional. Além disso, as companhias também podem ser destaque em 10 temas: governança da sustentabilidade, direitos humanos, relação com os fornecedores, relação com a comunidade, gestão da água, gestão de resíduos, gestão da

biodiversidade, mudanças climáticas, relação com o cliente e transparência e combate à corrupção (AS EMPRESAS..., 2019).

A metodologia da pesquisa e a análise dos dados são realizados pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVces), instituição de referência no desenvolvimento de estratégias, políticas e ferramentas de gestão públicas e empresariais em sustentabilidade no país (AS EMPRESAS..., 2019).

Sustentabilidade é um conceito sistêmico. Por isso, o raciocínio é que as práticas adotadas devem ir além do cumprimento legal e incluem mais do que o tema fundamental do meio ambiente. Por isso, o questionário do Guia também avalia a estratégia e práticas das empresas nas áreas de governança corporativa, econômico-financeira e social.

O Guia nasceu em 2000 para destacar as melhores práticas de responsabilidade corporativa do país. Desde 2007, a metodologia usada por Exame para avaliar as empresas que voluntariamente decidem participar da pesquisa é elaborada pelo Centro de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVces), instituição que é referência no tema no país (AS EMPRESAS..., 2019).

As organizações selecionadas foram dispostas em tabelas e os procedimentos seguiram o fluxo apresentado na Figura 1 e foi realizado nos meses de janeiro a abril de 2019.

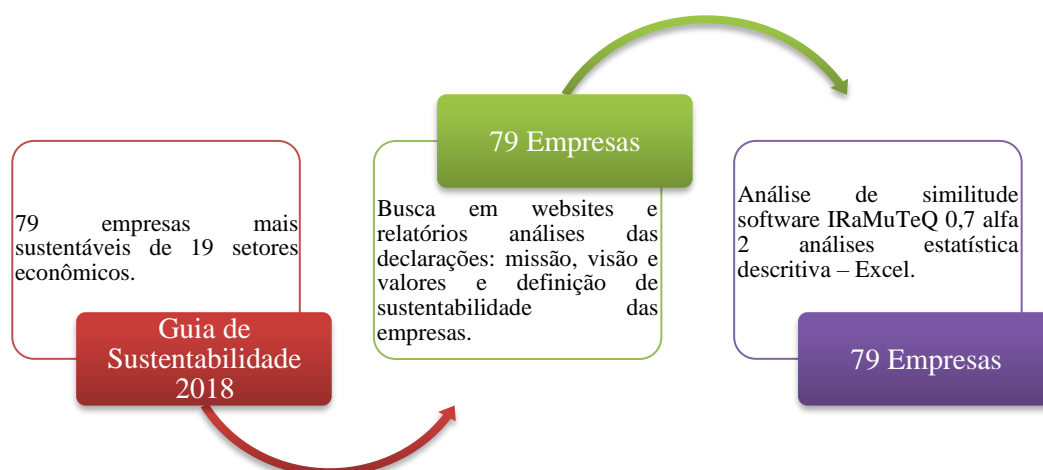


Figura 1: Procedimento da pesquisa
Fonte: Elaborado pelos autores.

Buscou-se a definição de sustentabilidade e as declarações de missões, visões e valores institucional em websites e relatórios disponibilizados pelas 79 empresas dos 19 setores econômicos.

Setores	Quant. de Emp. Participantes
Agronegócio	05
Auto Indústria	02
Bens de Capital	03
Bens de Consumo	09
Construção Civil	02
Consultoria, Gestão e TI	02
Eletroeletrônico	07
Energia	08
Farmacêutica	03
Hotelaria	02

Infraestrutura	02
Instituição Financeira	06
Material de Construção	01
Mineração, Siderurgia e Metalurgia	05
Papel e Celulose	02
Química	07
Saúde	05
Telecomunicações	02
Varejo	06
Total	79

Tabela 1: Setores e organizações pesquisadas
 Fonte: Elaborado pelos autores.

Análise lexical, propõe que se supere a dicotomia clássica entre quantitativo e qualitativo na análise de dados, na medida em que possibilita que se quantifique e empregue cálculos estatísticos sobre variáveis essencialmente qualitativas - os textos (LAHLOU, 2012).

Para Camargo e Justo (2013) torna-se possível, a partir da análise textual, descrever um material produzido por determinado produtor, seja individual ou coletivamente (um indivíduo ou um grupo), como também pode ser utilizada a análise textual com a finalidade comparativa, relacional, comparando produções diferentes em função de variáveis específicas que descrevem quem produziu o texto.

O IRaMuTeQ é um software gratuito e desenvolvido sob a lógica *open source*, licenciado pela GNU GPL (v2). Ele ancora-se no ambiente estatístico do software R e na linguagem *python* (www.python.org) (CAMARGO; JUSTO, 2013). Neste caso foi realizada a análise de similitude que se baseia na teoria dos grafos, possibilita identificar as co-ocorrências entre as palavras e seu resultado traz indicações da conexidade entre as palavras, auxiliando na identificação da estrutura de um corpus textual, distinguindo também as partes comuns e as especificidades em função das variáveis ilustrativas (descritivas) identificadas na análise (CAMARGO; JUSTO, 2013).

Com as declarações da missão, visão e valores das empresas realizou-se, ainda, uma análise, classificando-as de acordo com as perspectivas econômicas, ambientais e sociais do tripé da sustentabilidade, com o intuito de verificar se as declarações abrangem os três aspectos ou há a predominância de algum aspecto.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Aplicando a análise léxica na missão das empresas, a análise de similitude (Figura 2) mostrou uma forte ligação entre sustentável, qualidade, serviço, cliente e solução. Em resumo, a palavra "sustentável" na missão das empresas refere-se à gestão, negócios, desenvolvimento, proporcionar, produzir e setor, conforme figura, isso não se refere à sustentabilidade como uma perspectiva ambiental ou social, mas a uma perspectiva econômica do TBL. Entretanto, conforme afirma Ribeiro e Carmo (2015) a inclusão de princípios sustentáveis, tanto na conduta quanto na declaração da missão de uma organização, é um forte indicativo de que a mesma considera a sustentabilidade como parte fundamental de sua estratégia corporativa, ou seja, em teoria, para uma empresa ser sustentável ela deveria começar com uma missão institucional alinhada com a sustentabilidade (TREVISAN et al., 2008; OLIVEIRA, 2012; RIBEIRO; CARMO, 2015).

Assim, a análise de similitude mostrou as ligações entre os elementos da missão institucional das empresas, mostrando que as empresas da amostra consideram a sustentabilidade em suas missões, mas de acordo com as análises a missão das empresas está mais voltada para a perspectiva econômica e social, com destaque para as palavras cliente, indivíduo, promoção, acesso no cluster verde e no cluster azul para as palavras em destaque:

Sociedade, desenvolvimento, social que evidenciam o aspecto social considerado pelas empresas em suas missões.

Todos os conceitos que estão representados na análise de similitude são relevantes para explicar que as empresas apresentam a palavra sustentabilidade na missão institucional das empresas, mesmo que essa sustentabilidade estar mais relacionada a perspectiva econômica do *Triple Bottom Line – TBL*.

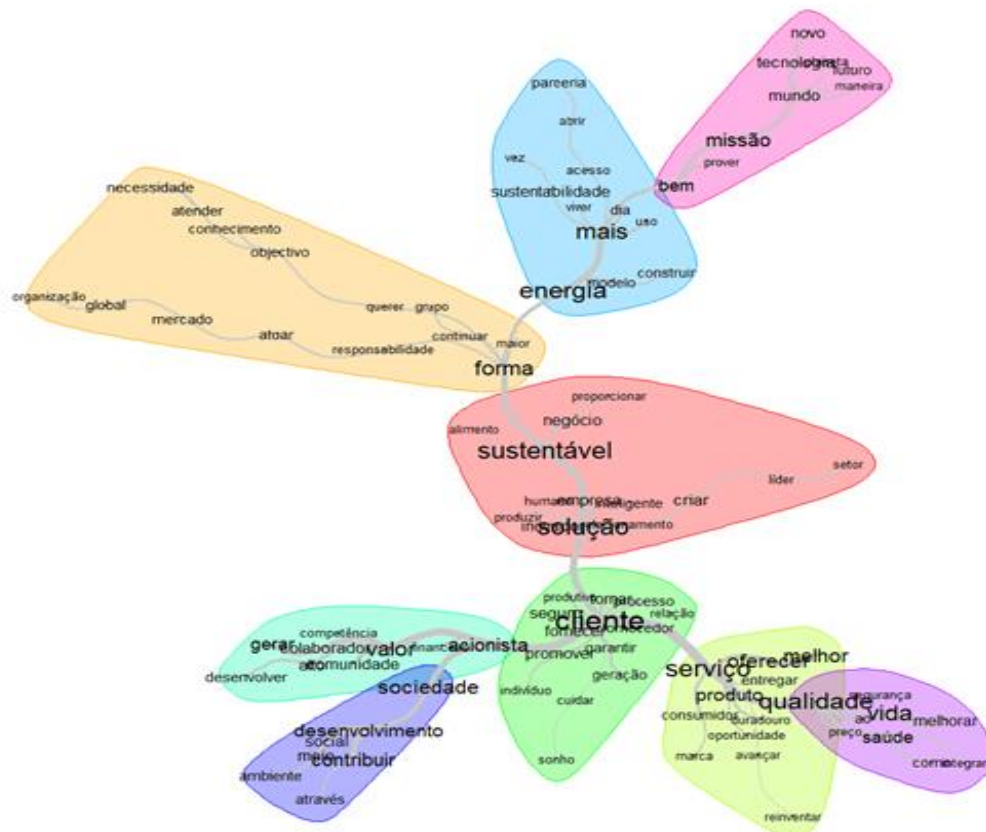


Figura 2: Análise de similitude da missão institucional
Fonte: Elaborado pelos autores.

A Figura 3 apresenta a análise de similitude da visão das empresas da amostra. A visão de uma empresa é onde ela pretende chegar (BIANCHI et al., 2013).

O cluster rosa com destaque para a palavra “Referência” apresenta palavras que indicam o mercado que as empresas querem alcançar e/ou se destacar, mostrando palavras como: setor, latino, américa, internacional. O cluster vermelho com destaque para a palavra “Empresa” indica a preocupação das empresas com o seu negócio, pois apresentam palavras como qualidade, vida, alimento, proporcionar, entre outras. O cluster verde com destaque para a palavra “sustentável” apresenta neste agrupamento a preocupação das empresas com o desenvolvimento sustentável e aspectos ambientais e sociais da visão. O cluster amarelo destaca os aspectos sociais da visão das empresas com destaque para as palavras cliente, acionista, sociedade, fornecedor, colaborador e visão.

Assim, de acordo com as análises das declarações da visão das empresas da amostra destaca-se que os aspectos econômicos se sobressaem em relação aos sociais e ambientais, apesar de estarem presentes na rede de similitude.

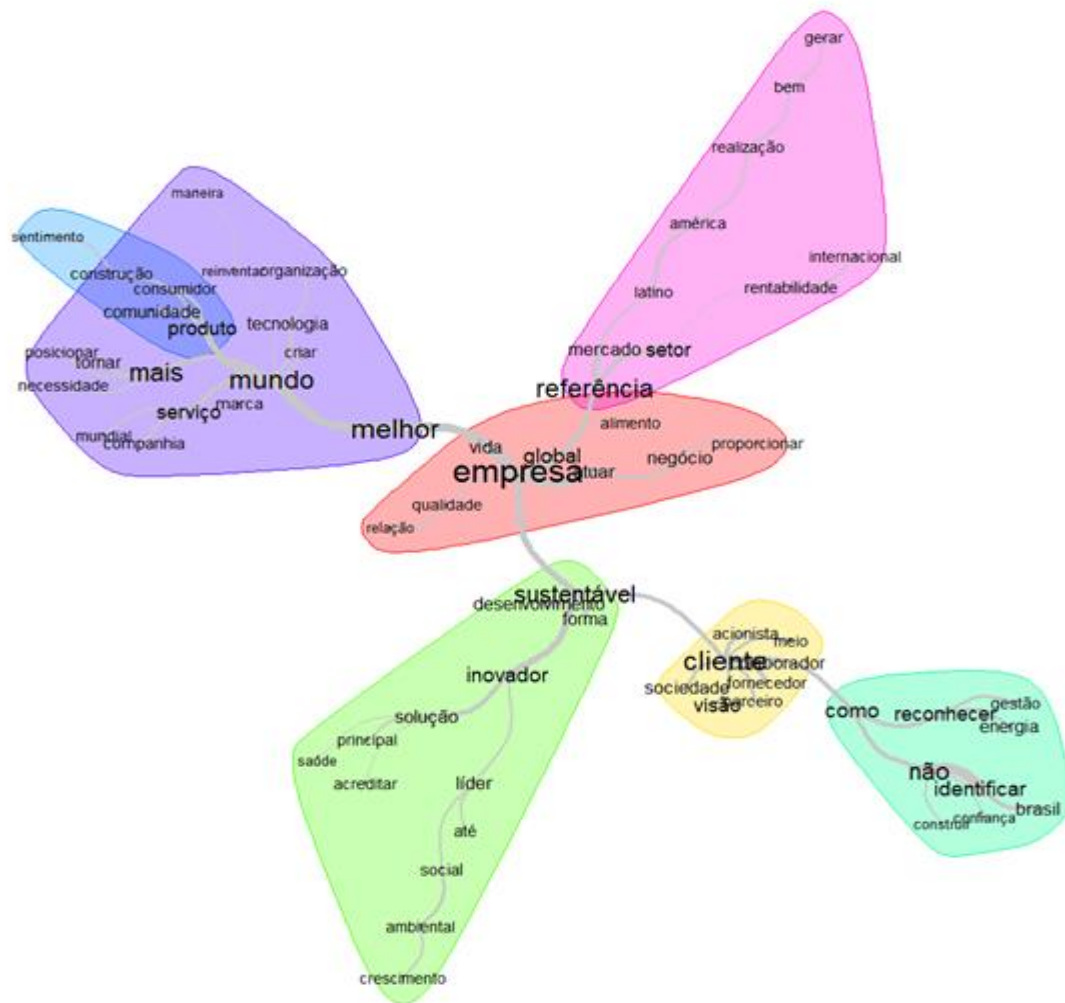


Figura 3 – Análise de similitude da visão institucional
 Fonte: Elaborado pelos autores.

Os valores das empresas são analisados na Figura 4, os valores de uma organização visam, como citado por Caravantes, Panno e Kloeckner (2005), orientar a organização na tomada de decisão, desse modo, nas análises realizadas as palavras que mais se destacam na declaração de valores das empresas são: referência, melhor, empresa, sustentável, cliente, mundo. Com destaque para a palavra sustentável que está relacionada com os termos desenvolvimento, confiança, gestão e crescimento. Nota-se que os valores das empresas buscam abranger todos os aspectos do tripé da sustentabilidade, destacando-se os aspectos econômicos e sociais, conforme mostra a rede de palavras.

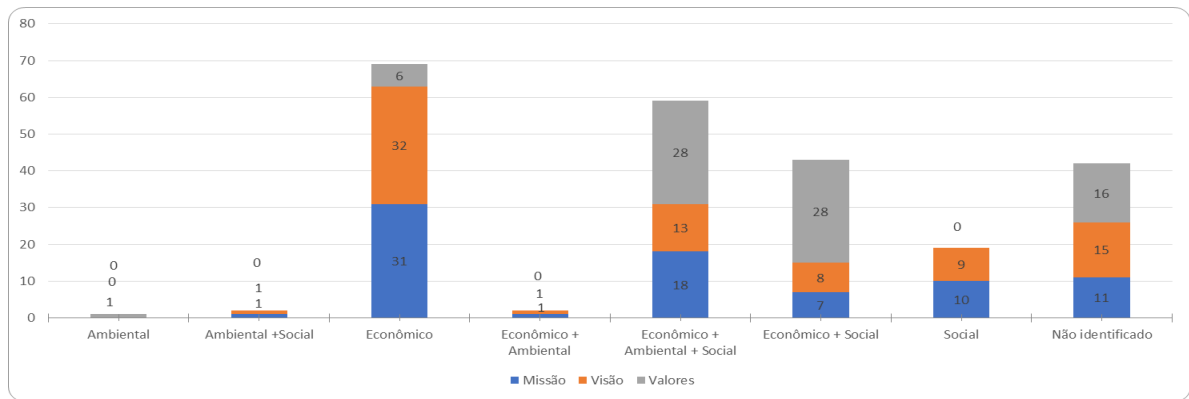


Figura 5: Classificação da missão, visão e valores de acordo com o *Triple Bottom Line*
 Fonte: Elaborado pelos autores.

Analisando a definição de sustentabilidade das empresas a nuvem de palavras demonstrou dois principais clusters: Sustentabilidade, Desenvolvimento e Ambiental, com forte ligação entre elas e palavras que indicam preocupação ambiental e social, Figura 6.

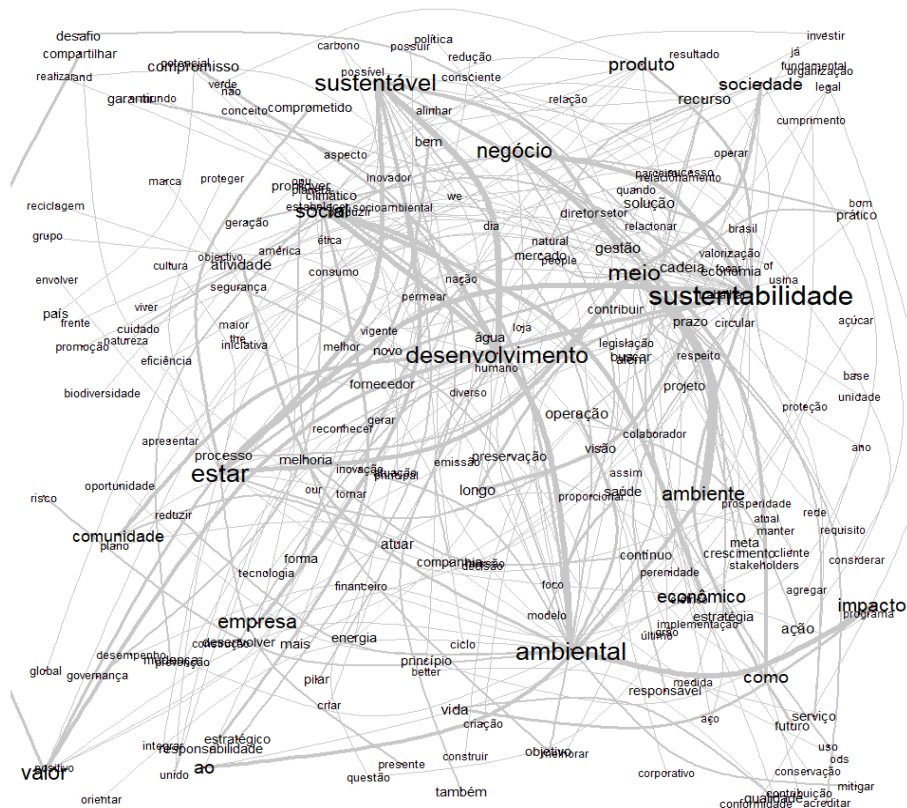


Figura 6: Análise de similitude das definições de sustentabilidade
 Fonte: Elaborado pelos autores.

A análise de similitude das palavras mostra uma predominância de expressões relacionadas a sustentabilidade social e ambiental (dimensões do *Triple Bottom Line*), com destaque as para as palavras: desenvolvimento, social, sustentabilidade, ambiental, empresa, sustentável, ambiente, sociedade e impacto. O cluster formado pela palavra sustentabilidade

apresentam ligações entre as expressões: cuidado, prático, desafio, relacionamento, solução, pessoas, cadeia, valorização, respeito. O cluster formado pela palavra ambiental se relaciona com expressões modelo, objetivo, foco, proporcionar, vida, princípio, responsável, corporativo, desenvolvimento entre outras. O cluster formado pela palavra desenvolvimento está relacionada com sustentabilidade e ambiental, e outras expressões como: preservação, água, stakeholders, inovador, organização entre outras palavras.

As análises apresentadas confirmam a teoria apresentadas por Sousa (2006) e Oliveira (2012) que apresentam a importância de incorporar os critérios de responsabilidade social e ambiental no planejamento.

De acordo com Benites e Polo (2013) as organizações buscam em seus negócios não só a sustentabilidade econômica, mas também, estratégias empresariais que geram valor com iniciativas sustentáveis e sociais, isso foi percebido na análise dos conceitos de sustentabilidade utilizados pelas organizações em seus websites e relatórios. As organizações analisadas destacam a perspectiva social e ambiental nas suas definições de sustentabilidade.

5. CONCLUSÃO

O objetivo deste trabalho foi analisar as declarações das missões, visões e valores das 79 empresas consideradas as empresas mais sustentáveis de 2018 segundo a revista Exame, bem como, a definição que as organizações dão para sustentabilidade.

A abordagem metodológica foi uma análise de dados estatísticos secundários, utilizando uma análise léxica da base de dados extraída do "Guia de Sustentabilidade 2018" da Revista Exame. Utilizou-se o software IRaMuTeQ 0,7 alfa 2 e foram realizadas as análises: análise de similitude e estatística descritiva no software Excel.

As análises mostraram que as empresas apresentam a palavra sustentabilidade na missão institucional, mas está fortemente relacionada a perspectiva econômica. A análise de similitude mostrou as ligações entre os elementos da missão institucional das empresas, mostrando que as empresas da amostra consideram a sustentabilidade em suas missões, mas de acordo com as análises a missão das empresas está mais voltada para a perspectiva econômica e algumas palavras destacam o aspecto social. O mesmo acontece com as análises das declarações da visão das empresas da amostra destacam-se que os aspectos econômicos se sobressaem em relação aos sociais e ambientais, apesar de estarem presentes na rede de similitude. Quanto aos valores das empresas buscam abranger todos os aspectos do tripé da sustentabilidade, destacando-se os aspectos econômicos e sociais.

Verificou-se que quando classificadas as declarações nos aspectos ambientais, sociais e econômicos, na missão e visão das empresas predomina a perspectiva econômica, enquanto os valores foram agrupados sob os aspectos econômico, ambiental e social e econômico e social. Assim, mesmo sendo consideradas empresas mais sustentáveis as declarações da missão, visão e valores não estão focadas no *Triple Bottom Line*, estão mais voltadas para o aspecto econômico.

Enquanto a definição de sustentabilidade relaciona-se fortemente com a perspectiva ambiental e social do *Triple Bottom Line*, assim verificou-se uma preocupação das empresas com os aspectos econômicos enquanto o conceito de sustentabilidade utilizado pelas mesmas empresas destaca a preocupação com os aspectos ambientais e sociais.

Desse modo, futuros trabalhos poderiam realizar outras análises estatísticas e analisar as declarações agrupando por setor econômico, buscando verificar se existem diferenças significativas entre os setores ou cruzar os dados entre os anos utilizado uma série histórica. Este trabalho limitou-se a analisar apenas os dados secundários das empresas consideradas as "mais sustentáveis" do ano de 2018.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, R. O. B. D.; AMBONI, N. A. **Estratégias de gestão: processos e funções do administrador**. Rio de Janeiro: Campus Elsevier, 2010.
- ANSOFF, H. I. **Strategic management**. London: Macmillan, 1979.
- AS EMPRESAS premiadas pelo Guia EXAME Sustentabilidade 2018. **Exame**, São Paulo, 28 nov 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/as-empresas-premiadas-pelo-guia-exame-sustentabilidade-2018/>>. Acesso em: 08 mai. 2019.
- BAUMGARTNER, R. J. Managing corporate sustainability and CSR: A conceptual framework combining values, strategies and instruments contributing to sustainable development. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 21, n. 5, p. 258–271, 2014.
- _____. Organizational culture and leadership: Preconditions for the development of sustainable corporation. **Sustainable Development**, v. 17, n. 2, p. 102–113, 2009.
- BENITES, L. L. L.; POLO, E. F. A sustentabilidade como ferramenta estratégica empresarial: governança corporativa e aplicação do Triple Bottom Line na Masisa. **Revista de Administração da UFSM**, v. 6, p. 195–210, 2013.
- BERTONCELLO, S. L. T.; JÚNIOR, J. C. A importância da Responsabilidade Social Corporativa como fator de diferenciação. **Facom**, n. 17, p. 70–76, 2007.
- BEVILACQUA, M.; CIARAPICA, F. E.; GIACCHETTA, G. Development of a sustainable product lifecycle in manufacturing firms: a case study. **International Journal of Production Research**, v. 45, n. 18-19 p. 4073–4098, 2007.
- BIANCHI, M; FAÉ. M. D.; GELATTI, R. ROCHA, J. M. L. A responsabilidade social como parte integrante da cultura organizacional em empresas socialmente responsáveis: análise de conteúdo entre a prática e o discurso. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v. 6, n. 1, p. 160, 2013.
- CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. **Iramuteq: Tutorial para uso do software de análise textual IRaMuTeQ**. Santa Catarina: Laboratório de Psicologia Social da Comunicação e Cognição, 2013. Disponível em: <<http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/tutoriel-en-portugais>> Acesso em: 21 mar. 2019.
- CARAVANTES, G. R.; PANNO, C. C.; KLOECKNER, M. C. **Administração: teorias e processo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.
- CHIAVENATO, I.; MATOS, F. G. **Visão e Ação Estratégica**. São Paulo: Prentice Hall, 2002.
- CLARO, P. B. DE O.; CLARO, D. P.; AMÂNCIO, R. Entendendo o conceito de sustentabilidade nas organizações. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, v. 43, p. 289–300, 2008.
- DRUCKER, P. F. **Administração, tarefas, responsabilidades, práticas**. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1975.
- EPSTEIN, M. J. **Making sustainability work: best practices in managing and measuring corporate social, environmental and economic impacts**. San Francisco: Berrett-Koehler, 2008.
- FARIA, A.; SAUERBRONN, F. F. A responsabilidade social é uma questão de estratégia? Uma abordagem crítica. **Revista de Administração Pública**, v. 42, n. 1, p. 7–33, 2008.
- FEIL, A. A.; SCHREIBER, D. Sustentabilidade e desenvolvimento sustentável: desvendando as sobreposições e alcances de seus significados. **Cadernos EBAPE. BR**, v. 15, n. 3, p. 667–681, 2017.
- FISCHMANN, A. A; ALMEIDA, M. I. R. DE. **Planejamento estratégico na prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- FREEMAN R. **Strategic Management: a Stakeholder Approach**. Pitman: Boston, 1984.

- GARRIGA, E.; MELÉ, D. Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. **Journal of Business Ethics**, v. 53, p. 51-71 2004.
- GARZA, F. A. A Framework for Strategic Sustainability in Organizations: A Three Pronged Approach. **Journal of Comparative International Management**, v. 16, n. 1, p. 23–36, 2013.
- GRAY, R.; BEBBINGTON, J. **Accounting for the Environment**. Londres: SAGE Publications, 2001.
- HANNA, R.; ROHM, A.; CRITTENDEN, V. L. We're all connected: The power of the social media ecosystem. **Business Horizons**, v. 54, n. 3, p. 265–273, 2011.
- HART, S. L. Beyond Greening: Strategies for a Sustainable World. **Harvard Business Review**, 1997.
- HANNA, R.; ROHM, A.; CRITTENDEN, V. L. We're all connected: The power of the social media ecosystem. **Business Horizons**, v. 54, n. 3, p. 265–273, 2011.
- ISO 26000. **Diretrizes sobre responsabilidade social**. Associação Brasileira de Normas Técnicas, 2010.
- KRUGER, C.; LOURENÇÃO, M. T. A.; PACHECO, L. M.; LIBONI, L. B. Mapeamento da cadeia estratégica de valor da sustentabilidade organizacional em uma empresa do setor elétrico brasileiro. *In: SEINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO*, 19, 2017, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP, 2016.
- LAHLOU, S. Text mining methods: an answer to Chartier and Meunier. **Papers on Social Representations**, v. 20, n. 38, p. 1-7, 2012.
- LEÓN-SORIANO, R.; MUÑOZ-TORRES, M. J.; CHALMETA-ROSALEN, R. Methodology for sustainability strategic planning and management. **Industrial Management & Data Systems**, v.110 n. 2, p. 249-268, 2010.
- MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à Administração**. São Paulo: Atlas, 2006.
- _____. **Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital**. 6. ed. 5. reimpr. - São Paulo: Atlas, 2009.
- MCWILLIAMS, A.; SIEGEL, D. S.; WRIGHT, P. M. Corporate social responsibility: Strategic implications. **Journal of Management Studies**, v.43, n.1, p. 1-18, 2006.
- MOTTA, F. C. P.; VASCONCELOS, I. F. G. **Teoria Geral da Administração**. 3. ed. São Paulo: Thomson Learning, 2006.
- OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento Estratégico: conceitos, metodologia e práticas**. 22. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- OLIVEIRA, L. R. DE; Medeiros, R. M.; TERRA, P. B.; QUELHAS, O. L. G. Sustentabilidade: da evolução dos conceitos à implementação como estratégia nas organizações. **Producao**, v. 22, n. 1, p. 70–82, 2012.
- PAZ, F. J.; KIPPER, L. M. Sustentabilidade nas organizações: vantagens e desafios. **Gestão da Produção, Operações e Sistemas**, v. 11, n. 2, p. 85-102, 2016.
- RIBEIRO, A. M.; CARMO, C. H. S. Planejamento Estratégico e Sustentabilidade: Uma Análise da Relação Entre o Conteúdo das Missões Institucionais das Companhias Brasileiras de Capital Aberto e a Sua Presença No Índice de Sustentabilidade da Bovespa. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 9, n. 1, p. 19-35, 2015.
- SAVITZ, A. W., WEBER, K. **The triple bottom line**. San Francisco: Jossey-Boss, 2006.
- SILVA, F. M. C. DA; ABREU, J. C. A. A responsabilidade social corporativa analisada em Exame.com. **Desenvolve: Revista de Gestão do Unilasalle**, v. 7, n. 2, p. 09, 2018.
- SOUSA, A. C. C. **Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável: A incorporação dos conceitos à estratégia empresarial**. 2006. 230f. Dissertação (Mestrado em Engenharia) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.
- SOTERIOU, E. C. COCCOSSIS, H. Integrating sustainability into the strategic planning of national tourism organizations. **Journal of Travel Research**. v. 49, n. 2, p. 191-205, 2010.

- STEAD, J. G.; STEAD, E. Eco-enterprise strategy: Standing for sustainability. **Journal of Business Ethics**, v.24, n. 4, p. 313-329, 2000.
- TREVISAN, M.; BLOCK, A. S.; MADRUGA, L. R. R. G.; VENTURINI, M. M. Uma ação de responsabilidade socioambiental no rodeio internacional. *In*: Encontro Nacional de Engenharia De Produção. 28, Rio de Janeiro, **Anais...** 2008.
- VERBONG, G. P. J.; GEELS, F.W. Exploring sustainability transitions in the electricity sector with socio-technical pathways. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 77, n. 8, p.1214–1221, 2010.
- VOLTOLINI, R. **Conversas com líderes sustentáveis: o que aprender com quem fez qu está fazendo a mudança para a sustentabilidade**. São Paulo: SENAC São Paulo, 2011.
- WCED, U. **Our common future**. Estados Unidos: Oxford University Press, 1987.
- WRIGHT, P.; KROLL, M. J.; PARNELL, J. **Administração Estratégica: Conceitos**. São Paulo: Editora Atlas, 2009.