

DISTÂNCIA ENTRE DISCURSO INSTITUCIONAL E PRÁTICA CORPORATIVA EM EMPRESAS INTERNACIONALIZADAS

RESUMO

Introdução

As decisões estratégicas das empresas, como de que maneira e porque decidir se internacionalizar, são afetadas significativamente por fatores externos a elas, sendo necessário se adaptar constantemente. Esses fatores externos incluem mudanças regulatórias, conflitos geopolíticos e pressões socioambientais. Porém, as empresas, ao buscarem pela maximização do lucro de seus acionistas, vão para países que sejam mais permissivos sobre como se produzem e/ou comercializam seus produtos. Assim, podem acabar contradizendo a reputação corporativa que construíram nos mercados mais desenvolvidos.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Abre-se, nesta condição, a seguinte pergunta: Existe discrepância entre a imagem corporativa divulgada nos relatórios institucionais e as ações concretas voltadas à sociedade civil? Qual o impacto disso sobre os shareholders? Portanto, a pesquisa tem como objetivo geral traçar um comparativo entre o que é dito pelas empresas em seus relatórios institucionais, como elas “vendem” a sua imagem, e as ações efetivas para com a sociedade e qual o seu impacto nos seus stakeholders.

Fundamentação Teórica

Segundo Esturaro (2023), as empresas se beneficiaram das assimetrias nas legislações e restrições ambientais dos países, transferindo etapas poluentes de sua produção para os locais que apresentam menos barreiras regulatórias. Esses países, em contrapartida, viam a entrada dessas grandes corporações como uma vantagem competitiva, atraindo empresas e gerando empregos. Para Bernhagen, Kollman e Patsiurko, (2022), outra forma utilizada pelas organizações para melhorarem sua opinião pública e destacar-se entre os concorrentes é por meio da adoção dos conceitos de RSC e atualmente ESG.

Metodologia

A pesquisa combinou análise qualitativa e quantitativa. Para análise qualitativa, foram examinados relatórios para investidores, artigos, jornais e revistas. Foi realizada também uma pesquisa quantitativa das ações dessas organizações em comparação com os índices econômicos (FTSE 100; SMI; ASX 200). Foram analisados desde quatro anos anteriores aos eventos até 2025, sendo que os dados históricos foram obtidos via investing.com. Além disso, foram feitos estudos de eventos analisando 12 meses após o ocorrido em cada um dos casos.

Análise e Discussão dos Resultados

Todas as empresas analisadas (Shell, Nestlé, SAMARCO (BHP), Lafarge e BP) apresentaram claras diferenças entre suas imagens reais e as divulgadas em seus relatórios para investidores. Foi possível concluir com o estudo comparativo que, todas as empresas com exceção da Lafarge, em menor ou maior escala demonstraram um impacto (pelo menos no curto prazo) no preço de suas ações. Já a partir do estudo de evento o impacto dos acidente é perceptível em especial no curto prazo (até 3 meses).

Considerações Finais

Diante do exposto, é possível concluir que a discrepância entre a imagem corporativa divulgada nos relatórios institucionais e as práticas efetivas foi confirmada, como ficou claro quando comparamos a missão, visão e valores das companhias frente aos acidentes por elas realizados. A partir da análise quantitativa pode-se concluir que foi possível observar um impacto dos casos sobre o preço das ações nas empresas Shell, Nestlé, BHP e BP. Somente não foi possível relacionar a performance da ação à repercussão do ocorrido no caso da Lafarge.

Referências

BERNHAGEN, P., KOLLMAN, K. & PATSIURKO, N. Beyond lobbying: the political determinants of adopting corporate social responsibility frameworks in the European Union and the USA. *Int Groups Adv* 11, 373–398 (2022). Disponível em: <https://doi.org/10.1057/s41309-022-00155-2>. Acesso em: 14 de outubro de 2024. ESTURARO, Ricardo. Consumo Verde, A construção de um mercado de massa sustentável. 2023. INVESTING. Investing.com. Stock Market Quotes & Financial News. Disponível em: <https://www.investing.com/>. Acesso em: 05 de julho de 2025.

Palavras-Chave: Internacionalização de empresas / Responsabilidade Social Corporativa / Reputação Corporativa