

IMPACTO DAS INICIATIVAS SOCIOAMBIENTAIS NA LEGITIMIDADE DAS DIVULGAÇÕES DE SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA

JUCELIA APPIO FRIZON

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANÁ - UNIOESTE

TERESA CRISTINA PEREIRA EUGÊNIO

Introdução

A literatura que trata da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) vem sendo discutida há quase 70 anos e atraindo o interesse de pesquisadores ao longo do tempo. Em economias emergentes, um dos desafios atuais é a formação educacional dos gestores para lidar com questões relacionadas à RSC. Os estudantes, em especial da área de ciências sociais, são o futuro da sociedade e das empresas, por isso a compreensão de suas expectativas é fundamental. Mais do que isso, serão responsáveis por gerir e comunicar o que as empresas estão fazendo em prol da sustentabilidade corporativa.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Motivados pela teoria da legitimidade, particularmente em Suchman (1995), a teoria dos stakeholders em Freeman (1984), e da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) em Elkington (1998) busca-se analisar se as expectativas de estudantes de graduação (Licenciatura e Bacharelado) na área de negócios (Administração, Gestão e Contabilidade) em relação as iniciativas de RSC impactam na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa, tanto no Brasil como em Portugal. Essa abordagem nos leva a crer que a legitimidade que os stakeholders vêm assumindo é um dos pilares da RSC.

Fundamentação Teórica

A teoria da legitimidade estabeleceu-se como uma das mais importantes teorias organizacionais e gerenciais (Velte, 2021). Traz “a percepção ou pressuposição generalizada de que as ações de uma entidade são desejáveis ou apropriadas dentro de algum sistema socialmente construído de normas, valores, crenças e definições” (Suchman, 1995, p. 574). Sua importância deriva da premissa de que as empresas, enquanto parte do sistema social, precisam mais do que recursos técnicos e informação do ambiente, elas necessitam de aceitação e credibilidade (Scott, 1995).

Metodologia

Para alcançar o objetivo proposto nesta pesquisa foi realizado uma pesquisa do tipo survey com abordagem quantitativa. O questionário estruturado foi adaptado de Rampasso et al. (2019). O processo de validação do conteúdo do questionário original em inglês foi realizado pelo processo de tradução reversa. Para a fase de coleta de dados, a estratégia de seleção amostral foi a não probabilística por conveniência via Google Forms. A pesquisa foi finalizada com 370 respondentes do Brasil e 154 de Portugal. Para testar as hipóteses, utilizou-se da regressão linear múltipla.

Análise dos Resultados

A análise de regressão linear múltipla permite-nos apreciar que, quando analisado a amostra do Brasil, o coeficiente de explicação R^2 foi de 54.70%, revelando que o construto legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa (LegDSC) é explicado pelos construtos: Clientes, Desenvolvimento de Novos Produtos e Serviços (CPS), seguido de Suporte para as Comunidades Locais (SCL) e Aspectos Ambientais (AAM). No modelo 2, com a amostra de Portugal, obteve um coeficiente de explicação (R^2) de 50.50%, sendo, portanto, LegDSC explicado pelos construtos: CPS e SCL.

Conclusão

As evidências apresentadas neste artigo sugerem que, o ganho de legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa, com iniciativas socioambientais, em vez de financeiras, pode ser a principal motivação por trás dos investimentos em atividades de RSC, sugerindo possíveis caminhos para as práticas organizacionais

Referências Bibliográficas

Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental Quality Management*, 8(1), 37–51. Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press. Scott, W. R. (1995). Institutions and Organizations. Thousand Oaks, Sage. Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610. Velte, P. (2021). Meta-analyses on Corporate Social Responsibility (CSR): a literature review. In *Management Review Quarterly*. SIP

Palavras Chave

Teoria da Legitimidade, Teoria dos stakeholders, Divulgação de Responsabilidade Social Corporativa

Agradecimento a órgão de fomento

Este estudo obteve financiamento da FCT - Fundação para a ciência e Tecnologia. Projeto: UIDB/04928/2020.

IMPACTO DAS INICIATIVAS SOCIOAMBIENTAIS NA LEGITIMIDADE DAS DIVULGAÇÕES DE SUSTENTABILIDADE CORPORATIVA

1. INTRODUÇÃO

A literatura que trata da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) vem sendo discutida há quase 70 anos (por exemplo, Bowen, 1953) e atraindo o interesse de muitos pesquisadores ao longo do tempo (Carroll, 1979, 1999, 2009), isso fica evidenciado pelo número de publicações nos últimos anos, contribuindo com a academia e empresas (Ye, Wang, & Lu, 2021). Em economias emergentes, um dos desafios atuais é a formação educacional dos gestores (Silva Junior et al., 2019), para lidar com questões relacionadas à RSC (Carroll, 1979, 1999, 2009; Rampasso et al., 2019).

Dentre da temática da RSC, outras temáticas têm sido amplamente reconhecidas pelos estudiosos, como, por exemplo, modelos de negócios em consonância com as ambições de sustentabilidade corporativa, expectativas dos stakeholders em atender às necessidades de sustentabilidade econômica, social e ambiental (Elkington, 1998; European Commission, 2001; Freudenreich, Lüdeke-Freund, & Schaltegger, 2020) em consonância com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas (United Nations, 2000).

Como forma de comunicar o que as empresas têm feito em torno da RSC, a divulgação de informações sobre o seu desempenho social, ambiental e social vem se tornando cada vez mais popular e vários estudiosos examinaram os relatórios de RSC a partir de uma multiplicidade de perspectivas. Patten e Shin (2019) revisaram estudos nos EUA, Europa Ocidental, Austrália e Nova Zelândia, e evidenciam iniciativas em outros países, incluindo o Brasil, Indonésia e Polônia. Verk, Golob e Podnar (2021) procuraram realizar um estudo de acompanhamento da evolução do conceito de relatórios e comunicação de RSC na literatura em uma perspectiva dinâmica, que enfocou as mudanças micro discursivas no campo. Patten e Shin (2019) fornecem evidências em apoio à necessidade de uma melhor regulação e execução dos relatórios de RSC.

Verk et al. (2021) destaca que, embora as contribuições das pesquisas para a compreensão da divulgação de RSC sejam ricas, acredita-se que há muito a ganhar com mais investigações, encorajando estudos comparativos em países em desenvolvimento com foco em relatórios de RSC, bem como a exploração contínua das práticas e seus impactos. Suchman (1995) alertava que determinadas práticas podem aumentar ou diminuir a legitimidade das empresas.

Assim, motivado pela teoria da legitimidade, particularmente em Suchman (1995), a teoria dos stakeholders em Freeman (1984), de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) em Elkington (1998) e pela Comissão Europeia (European Commission, 2001) este artigo pretende responder a seguinte problemática de pesquisa: Quais iniciativas de RSC impactam na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa na percepção dos estudantes de graduação (Licenciatura e Bacharelado) na área de negócios (Administração, Gestão e Contabilidade) tanto no Brasil como em Portugal?

A lógica deste artigo justifica-se pelos seguintes argumentos: a falta de estudos sobre sustentabilidade corporativa envolvendo as expectativas de outros potenciais stakeholders, por exemplo, funcionários e estudantes (Larrán, Andrades, & Herrera, 2018) e as percepções dos universitários representam um bom indicador futuro de sua conduta acadêmica e profissional (Larrán et al., 2018).

Para tanto, tem-se o seguinte objetivo: analisa se as expectativas de estudantes de graduação (Licenciatura e Bacharelado) na área de negócios (Administração, Gestão e Contabilidade) em relação as iniciativas de RSC impactam na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa, tanto no Brasil como em Portugal.

Essa abordagem nos leva a crer que a legitimidade que os stakeholders vêm assumindo nesta nova concepção é um dos pilares para o entendimento da RSC (Lyra, Gomes, & Jacovine, 2009). Do ponto de vista da teoria dos stakeholders, os valores compartilhados de uma empresa e seus stakeholders pode servir como ponto de referência para a criação de valor. Se a criação de valor não for mutuamente benéfica para todas as partes, uma empresa perderia seus parceiros de negócios, bem como sua legitimidade (Freudenreich et al., 2020).

Após esta introdução, é apresentado os fundamentos teóricos. Na seção três, a metodologia é descrita, enquanto a quarta e quinta seções apresentam e discutem os resultados. A última seção fornece as principais conclusões, as limitações, bem como sugestões potenciais de pesquisa.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. A Teoria dos Stakeholders

As origens históricas da teoria dos stakeholders está associada à publicação do livro intitulado “*Strategic Management: A Stakeholder Approach*” por R. Edward Freeman em 1984. Desde a publicação dessa obra, a literatura sobre a teoria dos stakeholders tornou-se vasta e diversificada ao longo das décadas de 1980 e 1990. No final de 1970 e início de 1980, acadêmicos e profissionais estavam trabalhando para desenvolver teorias de gestão para ajudar a explicar os problemas de gestão que envolviam altos níveis de incerteza e mudança (Parmar et al., 2010).

Foi neste ambiente que Freeman (1984) sugere um conceito de stakeholders, tida como a mais clássica definição até então (Parmar et al., 2010), que concebeu os stakeholders como "qualquer grupo ou indivíduo que possa afetar ou seja afetado pela realização dos objetivos da empresa" (Freeman, 1984, p. 46). Além do mais, a teoria stakeholders reconhece que as empresas têm obrigações não apenas com os acionistas (Carroll, 1999; Freeman, 1984; Lyra et al., 2009) mas também com outros “grupos que a empresa precisa para existir, especificamente os clientes, fornecedores, funcionários, financiadores e comunidades” (Dunham, Freeman, & Liedtka, 2006, p. 25). Esses múltiplos stakeholders fornecem recursos, influenciam o ambiente de negócios, se beneficiam da empresa e influenciam sua eficiência (Donaldson & Preston, 1995).

2.1.1. Legitimidade dos Stakeholders

A teoria da legitimidade estabeleceu-se como uma das mais importantes teorias organizacionais e gerenciais (Velte, 2021). Traz “a percepção ou pressuposição generalizada de que as ações de uma entidade são desejáveis ou apropriadas dentro de algum sistema socialmente construído de normas, valores, crenças e definições” (Suchman, 1995, p. 574). Sua importância deriva da premissa de que as empresas, enquanto parte do sistema social, precisam mais do que recursos técnicos e informação do ambiente, elas necessitam de aceitação e credibilidade (Scott, 1995). Assim, o sucesso e a sobrevivência de uma empresa a longo prazo estão sujeitos à sua capacidade de atender às expectativas da sociedade por meio de sistemas adequados (Velte, 2021).

Parmar et al. (2010) enfatizam que ao incorporar elementos legitimados, as empresas aumentam o compromisso dos participantes internos (primários), bem como de seus constituintes externos (secundários), protegendo a mesma de ter sua conduta questionada. Os grupos primários referem-se a grupos cujo suporte é necessário para a existência da empresa, e perante quem a firma pode ter deveres especiais, já os grupos secundários não têm reivindicações formais sobre a empresa, e a administração não tem deveres especiais pertencentes a eles, no entanto, a empresa pode ter deveres morais com estes. Assim, é impossível operar um modelo de negócio sem boas relações com os stakeholders internos e externos (Freudenreich et al., 2020).

2.2. Responsabilidade Social Corporativa (RSC)

A RSC tem suas raízes teóricas na teoria dos stakeholders (Carroll, 1999). Entretanto, uma variedade de conceitos se enquadram no guarda-chuva RSC, dentre outros, desempenho social corporativo (Carroll, 1979), responsividade social corporativa (Ackerman, 1973; Sethi, 1975), ética Empresarial (Freeman, 1984; Simon, 1967); *triple bottom line* (Elkington, 1998, European Commission, 2001) e sustentabilidade Ambiental (Shrivastava, 1993).

Howard Bowen, em 1953, marca o início do período moderno da RSC, sugerindo, pela primeira vez, que as empresas tenham a obrigação de levar em conta os objetivos e valores da sociedade ao tomar decisões (Bowen, 1953). Na proposta de Bowen incluíam mudanças na composição dos conselhos de administração, maior representação social na gestão, uso da auditoria, educação social de gerentes de negócios, desenvolvimento de códigos de conduta de negócios e pesquisas adicionais nas ciências sociais. Bowen fez interessantes reflexões sobre estratégias de gestão, que anos mais tarde viriam à tona e se tornariam práticas padrão com relação à gestão de RSC (Carroll, 2009).

Em 1979, Archie B. Carroll propôs uma definição de RSC que estava embutida em um modelo conceitual de desempenho social corporativo. Para este a “Responsabilidade Social dos Negócios abrange as expectativas econômicas, legais, éticas e discricionárias que a sociedade tem das organizações em um determinado momento” (Carroll, 1979, p. 500). A responsabilidade econômica refere-se à ideia de que as empresas produzem bens ou serviços exigentes e visam maximizar o lucro. A responsabilidade legal leva as mesmas a operarem dentro dos limites legais, em conformidade com as leis. A responsabilidade ética, o que é esperado, e filantrópica, o que é desejado, indicam que as empresas se comportam além dos requisitos legais contribuindo para as normas sociais, resultando em fazer as coisas certas e evitar danos. As quatro construções da RSC é, portanto, representada como níveis hierárquicos dentro de uma pirâmide (Carroll, 2009).

Nos anos de 1997-1998, Elkington, evidenciou três aspectos principais da sustentabilidade corporativa, a saber: econômico, social e ambiental. Essa incorporação, o autor cunhou de *triple bottom line* que combina e alinha as operações corporativas para alcançar desenvolvimento sustentável (Elkington, 1998). Nesta linha, em 2001, a Comissão Europeia publicou um livro, encorajando as empresas a adotar a abordagem do *triple bottom line* - ou seja, dando atenção às preocupações sociais e ambientais, além dos objetivos econômicos (European Commission, 2001).

Em 2000, O *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) definiu a RSC como o compromisso das empresas em contribuir para o desenvolvimento econômico sustentável, trabalhando com funcionários, suas famílias, a comunidade local e a sociedade em geral para melhorar sua qualidade de vida (WBCSD, 2000).

Mais recentemente, o Pacto Global pela Organização das Nações Unidas (ONU) foi Lançado em 2000 pelo então secretário-geral das Nações Unidas, Kofi Annan, como uma chamada às empresas em todo o mundo a adotar políticas sustentáveis e socialmente responsáveis e a informar sobre sua implementação. Possui mais de 16 mil membros, entre empresas e organizações, distribuídos em 69 redes locais, que abrangem mais de 160 países (United Nations, 2000). Mas, embora a RSC esteja na agenda global, é importante mencionar que difere de país para país (Ranängen & Lindman, 2018).

2.3. Modelo de pesquisa e hipóteses

As hipóteses da pesquisa foram formuladas com base nos resultados da revisão teórica e na meta-análise realizada por Velte (2021), entendendo-se que uma empresa deve cumprir as expectativas da respectiva sociedade, se assim fizerem, podem ganhar legitimidade – neste estudo legitimidade representada pela credibilidade das divulgações de sustentabilidade. Para tanto, antes de arguir as hipóteses de pesquisa é importante apresentar o conceito de divulgação

de sustentabilidade. As divulgações de sustentabilidade são um meio que as empresas utilizam para comunicar suas práticas de sustentabilidade e este estudo toma como base a linha de entendimento da *triple bottom line* (Elkington, 1998).

Entendendo que as iniciativas de RSC devem ser comunicadas para os stakeholders tradicionais – como clientes, funcionários e reguladores; como para os menos tradicionais, incluindo outros indivíduos interessados nas empresas (Asif, Searcy, Zutshi, & Fisscher, 2013), e que esta ação é necessária por razões de legitimação, sustentamos as hipóteses a seguir.

2.3.1. Aspectos Financeiros e de Produtividade (AFP)

O vínculo entre RSC e o desempenho financeiro corporativo vem sendo debatido há várias décadas, resultando em uma mudança de perspectiva entre os dois conceitos (Ye et al., 2021). Para entender como esses dois conceitos se entrelaçam, Carroll (1979) ao apresentar o modelo de RSC, ilustrando em forma de uma pirâmide, a responsabilidade econômica é a base da pirâmide e a principal responsabilidade social das empresas, ou seja, a busca de resultados positivos e lucrativos.

Assim, apresenta-se a primeira hipótese de pesquisa.

H1 – As expectativas de iniciativas Financeiras e de Produtividade (AFP) impactam positivamente na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa (LegDSC) na percepção de estudantes da área de Gestão (Administração, Gestão e Contabilidade).

2.3.2. Preocupação com os Funcionários (PCF)

A preocupação por parte das empresas com seus funcionários também é frequentemente discutida em iniciativas de sustentabilidade (Ranängen & Lindman, 2018). De acordo com a WBCSD é importante considerar o compromisso das empresas em contribuir com os funcionários e suas famílias (WBCSD, 2000). Não obstante a *International Organization for Standardization* (ISO) 26000, prevê que um empregador deve contribuir ao ofertar trabalho decente, seguro e digno, com salário e outras remunerações para proporcionar padrões de vida mais confortável ao seus colaboradores (ISO, 2010).

Assim, propõe-se a seguinte hipótese:

H2 – As expectativas de que as empresas tenham Preocupação com os Funcionários (PCF) impactam positivamente na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa (LegDSC) na percepção de estudantes da área de negócios (Administração, Gestão e Contabilidade).

2.3.3. Suporte para as Comunidades Locais (SCL)

Dentre outros, a RSC prevê que as empresas contribuam para o desenvolvimento da comunidade local e a sociedade em geral (WBCSD, 2000). Prática já desempenhada pelas empresas desde o final do século XIX (Carroll, 2009).

Asif et al. (2013) tratam desta questão como uma abordagem "de baixo para cima" indicando que é necessário que as empresas preocupem-se com às necessidades da comunidade, como o objetivo de proporcionar uma qualidade de vida adequada. Destacam que essa abordagem é sublime pelo fato de que as empresas precisam interagir propositalmente com stakeholders menos favorecidos, como a comunidade local. Dentro deste contexto, faz-se importante destacar o gerenciamento de crises. Um exemplo prático na atualidade é a pandemia do coronavírus.

Apresenta-se a próxima hipótese de pesquisa.

H3 – Os estudantes da área de negócios (Administração, Gestão e Contabilidade) tem expectativas que as empresas deem Suporte para as Comunidades Locais (SCL) e essas iniciativas impactam positivamente na divulgação de sustentabilidade corporativa.

2.3.4. *Questões Éticas e de Governança Corporativa (EGC)*

Uma governança corporativa eficaz deve pressionar a gestão da organização a implementar estratégias substanciais de RSC, sendo que, a governança corporativa pode ser classificada como uma ferramenta de legitimidade para as demandas dos stakeholders e à confiabilidade das atividades de RSC (Velte, 2021).

O Pacto Global pela Organização das Nações Unidas (ONU) no seu Princípio 10 estabelece em suas linhas diretrizes que as empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina (United Nations, 2000).

Considerando, dessa forma, que não se pode negar que as empresas tenham que unir CG e RSC em seus negócios, pois podem ganhar mais aceitação social se respeitarem às leis e regulamentações nas práticas de GC (Ranängen & Lindman, 2018), apresenta-se a próxima hipótese de pesquisa.

H4 – Os estudantes da área de negócios (Administração, Gestão e Contabilidade) consideram que as iniciativas Éticas e de Governança Corporativa (EGC) das empresas impactam na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa (LegDSC).

2.3.5. *Aspectos Ambientais (AAM)*

Recentemente, a relação entre RSC e gestão ambiental tem atraído interesse significativo dos mais diversos ramos empresariais. Uma das principais razões para o envolvimento das empresas no uso da RSC para atividades relacionadas ao meio ambiente é a crescente pressão de diferentes stakeholders (Ahmad et al., 2021).

Tanto é que o Pacto Global da ONU orienta as empresas a apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais, desenvolvendo iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental.

Propõe-se, assim, a próxima hipótese:

H5 – As iniciativas Ambientais (AAM) impactam positivamente na percepção que os estudantes da área de negócios (Administração, Gestão e Contabilidade) têm em relação a legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa (LegDSC).

2.3.6. *Aspectos Sustentáveis na Rede de Operações (SRO)*

A Comissão Europeia orienta que as empresas devem gerenciar suas operações de forma a aumentar o crescimento econômico e a competitividade, garantindo a proteção ambiental e promovendo os interesses dos consumidores (European Commission, 2001).

Para Velte (2021) o principal objetivo da gestão sustentável da cadeia de suprimentos é a integração de práticas ambiental e socialmente viáveis desde o projeto e desenvolvimento do produto, até a seleção e fabricação de materiais, embalagem, transporte, armazenagem, distribuição, consumo, retorno e descarte.

A cooperação entre a comunidade internacional e parcerias globais nos processos de desenvolvimento estão presentes na agenda de Desenvolvimento Sustentável para 2030 da ONU (United Nations, 2015), que em seu objetivo 17 prevê que as parcerias globais para o desenvolvimento sustentável são vitais para o crescimento sustentado e para o desenvolvimento sustentável das nações.

Com isso, apresenta-se a próxima hipótese de pesquisa.

H6 – Os estudantes da área de Gestão (Administração, Gestão e Contabilidade) tem expectativas que as empresas tenham ações Sustentáveis na Rede de Operações (SRO) e esta percepção impacta na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa (LegDSC).

2.3.7. *Cientes, Desenvolvimento de Novos Produtos e Serviços (CPS)*

As empresas estão cada vez mais inclinadas às iniciativas de RSC em resposta às expectativas dos consumidores para produtos e serviços ecológicos. Tanto é verdade que as

empresas comprometidas com a proteção do meio ambiente limitam suas ações àquelas que produzem menor risco ambiental e introduzem bens e serviços ecológicos ao mercado. Muito disso se deve ao fato que muitas empresas estão sob constante pressão dos stakeholders que sinalizam para estarem proativamente engajadas em atividades de RSC, minimizando seu impacto ambiental (Ahmad et al., 2021).

A agenda de Desenvolvimento Sustentável para 2030 da ONU (United Nations, 2015), em seu objetivo 12 busca assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis. Em sua redação estabelece que para alcançar as metas deste ODS, a mudança nos padrões de consumo e produção se configuram como medidas indispensáveis na redução da pegada ecológica sobre o meio ambiente.

Com isso apresenta-se a última hipótese de pesquisa.

H7 – Os estudantes da área de Gestão (Administração, Gestão e Contabilidade) consideram a relação com Clientes e o Desenvolvimento de Novos Produtos e Serviços (CPS) relevantes para uma empresa ser socialmente responsável e esta percepção impacta na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa (LegDSC).

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para alcançar o objetivo proposto nesta pesquisa foi realizado uma pesquisa do tipo *survey* com abordagem quantitativa envolvendo estudantes de licenciatura e bacharelado da área de negócios (Administração, Gestão e Contabilidade) matriculados em universidades, faculdades e Institutos Politécnicos do Brasil e de Portugal. As seções a seguir detalham os procedimentos metodológicos utilizados.

3.1. Instrumento de pesquisa

Para a coleta de dados foi realizado um levantamento por meio de um questionário estruturado. Na primeira seção foram incluídas perguntas para controlar o perfil do respondente, do curso e da universidade de vínculo tanto no Brasil como em Portugal, como seguem: (a) gênero; (b) idade; (c) nome do curso; (d) universidade, faculdade ou politécnico que está matriculado; e (e) cidade e estado da instituição.

Na segunda seção, para compreender se os estudantes consideram importante ou não que as empresas tenham iniciativas de gestão e contabilidade alinhadas aos princípios da sustentabilidade utilizou-se uma versão adaptada do questionário original de Rampasso et al. (2019). As variáveis foram mensuradas por meio de uma escala do tipo *Likert* de cinco pontos, variando de (1) nada importante; (2) pouco importante; (3) indiferente; (4) muito importante; e (5) extremamente importante.

O estudo de Rampasso et al. (2019) teve caráter exploratório pois se propôs a validar um instrumento para avaliar a percepção dos alunos de engenharia em relação à sustentabilidade e foi elaborado por esses autores a partir de uma análise detalhada da *Global Reporting Initiative* (GRI) e do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC).

O questionário original, em inglês, validado por Rampasso et al. (2019) foi traduzido para o português de Portugal e do Brasil. O processo de validação do conteúdo do questionário foi realizado pelo processo de tradução reversa. Os itens foram inicialmente traduzidos pelos autores deste estudo e contou com a participação de um painel de especialistas (quatro professores de Portugal e três do Brasil) e, outro pesquisador, com fluência na língua inglesa, converteu os indicadores da língua portuguesa novamente para o inglês, sendo que as duas versões (original e retraduzida) foram muito semelhantes. Essa fase foi importante por fornecer uma compreensão profunda das questões do instrumento traduzido.

A adaptação foi necessária pois o instrumento original, além de estar em outra língua, avaliava a percepção dos estudantes de engenharia em relação à sustentabilidade. As variáveis então foram divididas inicialmente em sete grupos. Como contributo, propôs-se mais um grupo

de variáveis - legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa (*LegDSC*) - conforme descritas na Tabela 1.

Tabela 1. Visão geral das variáveis de pesquisa

Aspectos Financeiros e de Produtividade (AFP)	AFP1	Criação e distribuição de rendimento para os investidores.
	AFP2	Preocupação em investir em projetos que garantam a continuidade da empresa a longo prazo.
	AFP3	Análise de riscos e oportunidades feita numa base contínua.
	AFP4	Preocupação constante com o aumento da produtividade e eficiência.
Preocupação com os Funcionários (PCF)	PCF1	Combate a qualquer tipo de discriminação de gênero, idade, rendimentos salariais etc.
	PCF2	Concessão de benefícios aos empregados (por exemplo, planos de saúde, planos de reforma etc.).
	PCF3	Proporcionar cursos de formação e atualização aos empregados.
	PCF4	Manutenção de diálogo aberto com os sindicatos.
	PCF5	Preocupação em minimizar (ou eliminar) os riscos de acidentes e doenças profissionais.
Suporte para as Comunidades Locais (SCL)	SLC1	Investimentos em projetos que favoreçam as comunidades locais (por exemplo, centros de saúde, culturais e desportivos, escolas etc.)
	SLC2	Atração de profissionais qualificados que vivem na região, ou comunidades locais, incluindo empregados para cargos de gestão.
	SLC3	Acompanhamento constante das necessidades apresentadas pelas comunidades locais.
	SLC4	Estabelecimento de objetivos e indicadores de desempenho para acompanhar a evolução dos projetos sociais.
Questões Éticas e de Governança Corporativa (EGC)	EGC1	Criação de diretrizes e mecanismos de combate à corrupção interna.
	EGC2	Cumprimento das leis e transparência na divulgação de informação.
	EGC3	Ausência de comportamento anticoncorrencial (por exemplo, práticas antitrust e de monopólio).
	EGC4	Excelência na gestão dos benefícios fiscais obtidos junto do governo.
	EGC5	Igualdade de tratamento de todas as partes interessadas.
Aspectos Ambientais (AAM)	AAM1	Utilização adequada dos recursos energéticos e hídricos.
	AAM2	Minimização da emissão de gases poluentes.
	AAM3	Cumprimento das leis e regulamentos ambientais.
	AAM4	Preocupação com a logística reversa.
Aspectos Sustentáveis na Rede de Operações (SRO)	SRO1	Aplicação de critérios que contemplem todos os aspetos da sustentabilidade na seleção de fornecedores.
	SRO2	Inserção dos aspetos de sustentabilidade nos projetos desenvolvidos com os outros parceiros da cadeia operacional.
	SRO3	Preocupação com o desempenho sustentável de toda a cadeia produtiva e não apenas da empresa.
Clientes, Desenvolvimento de Novos Produtos e Serviços (CPS)	CPS1	Compreensão das necessidades dos clientes em relação a novos produtos, serviços e tendências sustentáveis.
	CPS2	Inserção da sustentabilidade no desenvolvimento de novos produtos ou serviços.
	CPS3	Análise da percepção do cliente relativamente à utilização de um produto ou serviço que contemple o aspecto sustentável.
	CPS4	Preocupação em difundir conceitos de sustentabilidade para todos os clientes e para a sociedade em geral.
Legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa (LegDSC)	LegDSC1	Divulgação de informação não financeira no seu Relatório de Contas ou num Relatório de Sustentabilidade.
	LegDSC2	Apresentação de informações não financeiras no website da empresa.
	LegDSC3	Verificação ou certificação por auditores externos do relato não financeiro.
	LegDSC4	Na tomada de decisões as empresas devem ter em conta não apenas a questão econômica, mas também questões ambientais e sociais.
	LegDSC5	Preocupação com o desenvolvimento sustentável e o bem-estar da sociedade.

Fonte: adaptado de Rampasso et al. (2019).

Após esse processo, como forma de validação semântica (Pasquali, 2010), o instrumento foi testado com uma mostra de sete estudantes (quatro em Portugal e três no Brasil). Após responder o instrumento foi solicitado que indicassem possíveis dificuldades na compreensão dos itens ou no uso da escala. As variáveis que apresentaram dificuldades de compreensão foram modificadas.

3.2. Amostragem e coleta de dados

A população alvo foi limitada a alunos matriculados em cursos licenciatura e bacharelado da área de negócios (Administração, Gestão e Contabilidade) no Brasil e em Portugal. No contexto do ensino superior brasileiro, no último censo publicado pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP) de 2019 havia 645.777 alunos matriculados em cursos de Administração e 358.240 em cursos de Contabilidade (INEP, 2019).

Em Portugal, os dados do último censo da Direção-Geral de Estatística do Ensino Superior [DGEES] indica que em 2021 havia 18.216 alunos matriculados em cursos de licenciatura em Gestão e Administração e 6.914 em cursos de Licenciatura na área da Contabilidade (DGEES, 2021). Para estabelecimento do tamanho amostral, aceitou-se um erro amostral tolerável de 8% (Levin, 1987). Para tanto, 154 respondentes em cada país é o suficiente para validar a amostra.

Para a fase de coleta de dados, a estratégia de seleção amostral foi a não probabilística por conveniência. Para tanto, um protocolo foi estabelecido para coleta dos dados. Primeiramente foi o envio por e-mail, WhatsApp e Facebook, com carta de apresentação e *link* de acesso ao formulário *Google Forms* a aproximadamente 20 professores vinculados a universidades portuguesas e brasileiras que oferecem cursos em licenciatura e bacharelado na área de negócios (Administração, Gestão e Contabilidade). Neste, solicitou-se apoio na divulgação da pesquisa junto a seus estudantes. Foram realizadas duas chamadas com 15 dias de intervalo, a primeira na data de 15 de maio e a segunda 01 de junho de 2021, para maximizar a taxa de resposta. A pesquisa foi finalizada com 370 respondentes do Brasil e 154 de Portugal.

3.3. Análise de dados

Os dados coletados da pesquisa foram exportados da plataforma *Google Forms* e, em seguida, importados para o software *Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)* versão 21, a fim de prosseguir para a análise estatística. A primeira parte explorou o perfil dos respondentes e suas instituições. Em seguida, as variáveis foram submetidas a análise descritiva e ao teste de normalidade por meio das medidas de assimetria e curtose. Em seguida, os construtos do modelo de Rampasso et al. (2019) foram submetidos aos testes de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e esfericidade de Bartlett e para verificar a confiabilidade da escala foi adotada a medida de alfa de *Cronbach*.

Para testar as hipóteses, utilizou-se da regressão linear múltipla. Foram interpretados os resultados da ANOVA, o exame dos resíduos e dos efeitos da multicolinearidade pelo Fator de Inflação de Variância (VIF) e Teste de Tolerância, os resultados de ausência de autocorrelação serial, por meio do Durbin-Watson, o coeficiente de determinação (R^2) e os coeficientes de regressão (β).

4. RESULTADOS

4.1. Perfil da Amostra

A Tabela 2 resume a estrutura amostral, que incluiu 370 respondentes do Brasil e 154 de Portugal.

Tabela 2. Perfil dos Respondentes

Brasil		Portugal	
Gênero	%	Gênero	%
Feminino	64.91	Feminino	73.39
Masculino	35.09	Masculino	26.61
Idade	%	Idade	%
Entre 18 e 25 anos	58.02	Entre 18 e 25 anos	72.66
Entre 26 e 35 anos	22.65	Entre 26 e 35 anos	14.39
Entre 36 e 45 anos	12.70	Entre 36 e 45 anos	7.20
Acima de 46 anos	6.63	Acima de 46 anos	5.75
Cursos	%	Cursos	%
Bacharelado em Administração	59.40	Licenciatura em Gestão	59.70
Bacharelado em Ciências Contábeis	40.60	Licenciatura em Contabilidade e Administração; Licenciatura em Contabilidade e Finanças	40.30

Fonte: dados da pesquisa, 2021.

Entre os participantes do Brasil, 64.91% eram do gênero feminino e 35.09% do gênero masculino. A prevalência do sexo feminino é ainda maior na amostra de Portugal, 73.39%, enquanto os participantes do gênero masculino foram apenas 26.61%.

Houve maior concentração de respondentes com faixa etária entre 18 e 25 anos, tanto no Brasil (58.02%) como em Portugal (72.66%). No Brasil houve uma maior concentração de respondentes, 59.40%, no nível de Bacharelado em Administração do que em Bacharelado em Ciências Contábeis, 40.60%. Em Portugal também houve maior concentração de participantes (59.70%) no nível de Licenciatura em Gestão; seguido de Licenciatura em Contabilidade e Administração; e Licenciatura em Contabilidade e Finanças, 40.30%.

Os participantes da pesquisa são de diversas instituições, cidades e estados do Brasil, assim como em Portugal. Dos alunos participantes da pesquisa do Brasil, pode se dar ênfase que o estado do Paraná (34.53%) teve a maior representatividade, estando os alunos vinculados às instituições UEM, UFPR, UNICESUMAR, UNIOESTE, UNISEP, UP, UTFPR, UNIPAR; de Santa Catarina (21.82%) das Instituições FURB, HORUS, UDESC, UNIASSELVI e UFFS; do estado do Tocantins (12.71%) das instituições UNICATÓLICA, UFT e UNITPAC; Rio de Janeiro (11.60%) das instituições UENF e UFRJ; do estado da Bahia (6,63%) das instituições UEFS e UFBA; Minas Gerais (4.97%) das instituições PUC MINAS e UFU; do estado da Paraíba (2.49%) da UFPB; do Distrito Federal (1.93%) da UNB; e com menor representatividade os estados do Maranhão (1.66%) da UFMA; e São Paulo (1.66%) da USP, respectivamente.

De Portugal os respondentes estavam vinculados ao distrito de Leiria, no IPLeiria (50.40%); distrito de Lisboa, no IPLisboa (28.55%) e IPSantarém (13.66%); e do distrito de Aveiro, na Universidade de Aveiro (7.39%).

4.2. Teste das hipóteses

Antes de avaliar o modelo de regressão, examinamos a normalidade multivariada dos dados. Para tanto, adotou-se o padrão de valores de assimetria entre -1 e +1 e de curtose -3 e +3 (Hair Jr., Anderson, Tatham, & Black, 2005). Os achados indicam que as variáveis não possuem valores de assimetria e de curtose fora dos padrões de distribuição normal, ou seja, os dados não se desviam substancialmente de uma distribuição normal, sendo mantidas, exceto as variáveis: “CPS1-Compreensão das necessidades dos clientes em relação a novos produtos, serviços e tendências sustentáveis” com assimetria de -1.557 e curtose 4.096; e “LRS5-Preocupação com o desenvolvimento sustentável e o bem-estar da sociedade” que apresentou assimetria de -1.782 e curtose de 4.144.

Já que Rampasso et al. (2019) validaram o instrumento com um rigoroso método estatístico, não foi realizado neste estudo a análise fatorial exploratória. Como forma de corroborar os construtos do estudo original procedeu-se os testes de Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) e esfericidade de Bartlett. O Teste de KMO representa a razão das correlações ao quadrado entre as variáveis, variando de 0 a 1, sendo que um valor de próximo a 0 indicando difusão no padrão das correlações; já um valor próximo de 1 indica que padrões de correlação são relativamente fortes. O teste de esfericidade de Bartlett consiste em um teste estatístico da significância geral de todas as correlações em uma matriz de correlações e examina se a matriz de variâncias-covariâncias é proporcional a uma matriz identidade, testando se os elementos da matriz são iguais e se os elementos fora da diagonal são aproximadamente zero, ou seja, se as variáveis dependentes não são correlacionadas. Espera-se que o teste de Bartlett seja significativo, $\text{sig.} < 0.05$ (Hair Jr. et al., 2005). Os testes demonstraram bons resultados: $\text{KMO} = .961$; $\text{Bartlett } X^2 = 12497.37$; $\text{sig.} = .000$.

Para verificar a confiabilidade da escala foi adotada a medida de alfa de *Cronbach*, que avalia a consistência interna da escala e a intensidade de associação entre as variáveis do construto. Se a correlação entre as variáveis de cada construto é alta, o valor de alfa de *Cronbach* é próximo de 1, valores menores que .600 indicam inconsistência interna. Um valor de referência comumente utilizado entre pesquisadores para confiabilidade aceitável é superior a .700 (Hair Jr. et al., 2005).

Todos os construtos apresentaram valores de alfa de *Cronbach* satisfatórios, ou seja, os resultados indicaram que as variáveis observadas que especificaram cada construto subjacente possuem valores aceitáveis, $\alpha > 0.700$ (Hair Jr. et al., 2005). O Resultado da análise apresentou $\alpha_{\text{AFP}} = .744$; $\alpha_{\text{PCF}} = .848$; $\alpha_{\text{SCL}} = .850$, que após a eliminação da variável “SLC2-Atração de profissionais qualificados que vivem na região, ou comunidades locais, incluindo empregados para cargos de gestão” obteve um melhor ajuste e passou a $\alpha_{\text{SCL}} = .858$; $\alpha_{\text{EGC}} = .815$; $\alpha_{\text{AMM}} = .890$, eliminando a variável “AAM4-Preocupação com a logística reversa”, obteve melhora no valor de alfa de *Cronbach* para $\alpha_{\text{AMM}} = .908$; $\alpha_{\text{SRO}} = .897$; $\alpha_{\text{CPS}} = .874$; e $\alpha_{\text{LegDSC}} = .867$.

Após validação dos construtos, eles foram administrados pelo valor médio (média aritmética) das variáveis que formaram cada construto que compõem o instrumento para em seguida tratar da análise estatística inferencial.

Através do uso de estatística inferencial (por meio de análise multivariada) o pesquisador é capaz de estimar o impacto de um construto independente no construto dependente e pode fornecer *insights* mais aprofundados sobre as relações entre eles. Para tanto a principal ferramenta de análise de dados utilizada neste artigo foi a análise de regressão linear múltipla para avaliar os principais determinantes diretos da percepção dos alunos em relação a legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa (LegDSC) – construto dependente. Os explicativos (construtos independentes) diretos sobre LegDSC foram tomados pelos construtos AFP, PCF, SCL, EGC, AAM, SRO e CPS.

Todos os construtos explicativos (independentes) foram submetidos ao diagnóstico de multicolinearidade pelo Fator de Inflação de Variância (VIF) que deve ser menor que 10 e o Teste de Tolerância, que pressupõe que valores superior a 1 não indicam multicolinearidade, de 1 a 0.10 indicam multicolinearidade aceitável e abaixo de 0.10 indicam multicolinearidade problemática (Hair Jr. et al., 2005).

As estatísticas dos testes de VIF e de Tolerância não apresentaram problemas de multicolinearidade, estando dentro do aceitável pela literatura. Todas os construtos explicativos mostram VIFs entre 1.019 e 4.922, estando, portanto, abaixo da regra de corte ($\text{VIF} < 10$), e Teste de Tolerância entre 0.981 e 0.619 para os modelos de regressão.

A Tabela 3 descreve os modelos empíricos e seus resultados associados.

Tabela 3. Resultados dos modelos de regressão

Construtos independentes	Construto dependente					
	Legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa (LegDSC)					
	Modelo 1 Brasil			Modelo 2 Portugal		
	β	Erro	t	β	Erro	t
Aspectos financeiros e de produtividade (AFP)	0.072*	0.062	1.697	0.033*	0.086	0.460
Preocupação com os funcionários (PCF)	0.032*	0.065	0.587	-0.030*	0.110	-0.299
Suporte para as Comunidades Locais (SCL)	0.258***	0.050	4.974	0.165**	0.084	1.857
Questões éticas e de gov. corp. (EGC)	-0.002*	0.069	-0.042	0.150*	0.110	1.502
Aspectos ambientais (AAM)	0.163***	0.057	3.069	-0.061*	0.104	-0.592
Aspectos sustentáveis na rede de oper. (SRO)	-0.045*	0.035	-1.280	0.202*	0.125	1.608
Clientes, desenv. de novos prod. e serv. (CPS)	0.365***	0.063	6.493	0.357***	0.109	3.296
(Constante)		0.309	0.335		0.334	1.797
ANOVA		***			***	
Z		64.454			23.418	
Observações		370			154	
R ²		0.547			0.505	
Erro padrão da estimativa do modelo		0.48272			0.47554	
Teste de Durbin-Watson		1.944			1.807	

β (Coeficientes padronizados de Beta) indica a variação do construto dependente pelo efeito dos construtos independente.

t determina se um construto dependente tem uma significativa relação com um construto independente.

Teste com significância estatística ***p < 0.01, **p < 0.05, * p < 0.10.

Fonte: da pesquisa, 2021.

Como visto na Tabela 3, foi realizada análise de regressão para detectar e quantificar as inter-relações dos construtos AFP, PCF, SCL, EGC, AAM, SRO e CPS sobre o construto LegDSC. O modelo 1 permite-nos apreciar que, quando analisado a amostra do Brasil, o coeficiente de explicação R² foi de 54.70%, tendo, portanto, construtos independentes que explicam o construto dependente LegDSC.

Assim também ocorre no modelo 2, com a amostra de Portugal, que obteve um coeficiente de explicação (R²) de 50.50%. Ambos os modelos foram significativos, atestados pelo teste ANOVA que apresentou significância estatística de p < 0.01 e o teste ausência de autocorrelação serial, por meio do Durbin-Watson. Neste teste, segundo Gujarati e Porter (2011), considera-se que os limites devem estar entre 0 e 4 (quanto mais próximo de 2 melhor).

O resultado da análise de regressão no modelo 1 revela que o construto LegDSC é explicado pelos construtos explicativos: CPS, que possui o maior β (0.365***), seguido de SCL com $\beta=0.258***$ e AAM com $\beta=0.163***$. No modelo 2, tomada a amostra de Portugal, o construto LegDSC é explicado pelo construto CPS, com o maior β (0.357***), seguido de SCL com $\beta=0.165**$. Esses resultados corroboram integralmente as Hipóteses H3 e H7 e parcialmente a H5, que foi corroborada somente na amostra brasileira.

Não foram encontradas estatisticamente significativas (**p < 0.1) para explicar a influência dos AFP, PCF, EGC, SRO sobre LegDSC, uma vez que esses não foram significativos nos modelos e refuta as hipóteses H1, H2, H4 e H6.

5. DISCUSSÃO

Uma das formas de verificação se as iniciativas das empresas em relação a sustentabilidade esta linha com os stakeholders são os relatórios e comunicações de sustentabilidade/RSC, pois esses são considerados uma saída ou ferramenta para fornecer informações sociais aos stakeholders e ao mesmo tempo um desafio que as empresas enfrentam ao decidir abrir e divulgar suas iniciativas para grupos de stakeholders, que muitas vezes têm expectativas diferentes (Verk et al., 2021).

No caso deste estudo, pela análise de regressão, os estudantes de graduação (Licenciatura e Bacharelado) na área de negócios (Administração, Gestão e Contabilidade), tanto no Brasil como em Portugal, tem expectativa que as empresas tenham iniciativas de compreensão das necessidades dos clientes em relação a novos produtos, serviços e tendências sustentáveis, inserção da sustentabilidade no desenvolvimento de novos produtos ou serviços, analisem a percepção do cliente relativamente à utilização de um produto ou serviço que contemple o aspecto sustentável e preocupem-se em difundir conceitos de sustentabilidade para todos os clientes e para a sociedade em geral (corroborando a H7).

Como argumento dessa relação, entende-se que as empresas podem se beneficiar da maior conscientização de seus produtos e serviços por parte dos stakeholders. No estudo de Rampasso et al. (2019) as iniciativas das empresas com Clientes, desenvolvimento de novos produtos e serviços, também foi o maior explicativo ao analisar a importância da sustentabilidade nas empresas por estudantes brasileiros de engenharia.

Além disso, os resultados evidenciam que, os estudantes têm outras expectativas de iniciativas das empresas em relação a sustentabilidade social, tais como, investimentos em projetos que favoreçam as comunidades locais (por exemplo, centros de saúde, culturais e desportivos, escolas etc.), acompanhamento constante das necessidades apresentadas pelas comunidades locais e estabelecimento de objetivos e indicadores de desempenho para acompanhar a evolução dos projetos sociais (corroborando a H3). Todas essas expectativas de sustentabilidade social vão impactar na percepção de legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa, considerando as amostras do Brasil como em Portugal.

O apoio ao suporte da H3 pode ser evidenciado na premissa de Asif et al. (2013) ao dar ênfase que as empresas devem olhar para além de seus processos internos e se concentrar em seu impacto mais amplo na comunidade e fornecer um meio sistemático para engajar as partes interessadas que muitas vezes são negligenciadas. A suposição subjacente desses autores é que as organizações podem servir como um importante ponto de alavancagem na comunidade local.

Esses achados podem encontrar suporte em Oyewumi, Ogunmeru e Oboh (2018) ao dar ênfase que iniciativas de sustentabilidade e divulgação de informações geralmente se tornam indicadores de visibilidade e confiabilidade de uma empresa. Eles observaram ainda que a integração das iniciativas de sustentabilidade e práticas de divulgação de uma empresa são vistas como um exercício de sinalização para evitar potenciais riscos adversos de seleção e exposição a custos sociais futuros. Não obstante, a divulgação de iniciativas de sustentabilidade apoia a empresa no enfrentamento das pressões sociais para agir de forma socialmente aceitável.

Além de expectativas em relação a sustentabilidade social, nossos resultados mostram também que os estudantes da área de Gestão (Administração, Gestão e Contabilidade) pesquisados no Brasil têm manifestado expectativas ambientais, tais como, utilização adequada dos recursos energéticos e hídricos, minimização da emissão de gases poluentes e cumprimento das leis e regulamentos ambientais (corroborando parcialmente a H5, o mesmo não ocorreu com a amostra de Portugal).

Parece-nos oportuno destacar que os estudantes brasileiros consideram que as iniciativas de sustentabilidade ambiental por parte das empresas também impactam na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa. Essa preocupação também foi corroborada no estudo de Rampasso et al. (2019) com estudantes brasileiros da área de engenharia ao se analisar práticas de sustentabilidade.

Patten (1992) já dava ênfase que as empresas devem ser proativas em relação aos riscos ambientais de suas atividades e devem desenvolver sistemas de gestão ambiental que forneçam informações adequadas sobre sustentabilidade corporativa, se assim fizerem responderam aos desejos dos stakeholders. E esta tem sido a percepção de estudantes pesquisados no Brasil.

Larrán et al. (2018), dão destaque que a quebra de barreiras organizacionais nas condições contemporâneas da economia global requer uma nova consciência por parte da gestão

e que a empresa precisa responder para os stakeholders primárias quanto secundárias. Isso implica na necessidade de introduzir algumas mudanças através da adoção de práticas ambientais e sociais. Mais que isso, uma empresa socialmente responsável e sustentável tem que prestar contas à sociedade, bem como tem que implementar políticas ambientais, criar benefícios para a sociedade e cumprir as normas.

Não obstante, as divulgações de RSC oferecem à empresa a oportunidade de lançar uma luz encorajadora sobre as preocupações dos stakeholders ou, pelo menos, sinalizar uma orientação positiva das suas expectativas. Em suma, a publicação de informações de RSC pode permitir que as empresas se defendam contra as percepções negativas dos stakeholders e trabalhem para preencher quaisquer lacunas de expectativa (Shabana, Buchholtz, & Carroll, 2017). No caso deste estudo os estudantes tem expectativas socioambientais e estas impactam na legitimidade dos relatórios de sustentabilidade corporativa.

6. CONCLUSÕES

Os estudantes, em especial da área de ciências sociais, são o futuro da sociedade e das empresas, por isso a compreensão de suas expectativas é fundamental, visto que os estudantes de ensino superior devem se tornar os futuros membros do universo corporativo (Silva Junior et al., 2019). Mais do que isso, serão responsáveis por gerir e comunicar o que as empresas estão fazendo em prol da sustentabilidade corporativa. Pesquisas indicam a urgência de entender como o conceito está sendo percebido pelos estudantes de graduação, uma vez que seu entendimento terá um efeito significativo no futuro de um país.

O presente estudo, portanto, buscou analisar se as expectativas de estudantes de graduação (Licenciatura e Bacharelado) na área de negócios (Administração, Gestão e Contabilidade) em relação às iniciativas de RSC impactam na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa, tanto no Brasil como em Portugal.

As evidências apresentadas sugerem que, as iniciativas socioambientais, em vez de econômicas, pode ser a principal motivação por trás dos investimentos em atividades de sustentabilidade corporativa. Suportando a suposição de que a gestão das empresas devem ser reagentes às expectativas da comunidade e de outros stakeholders (não somente acionistas), pois devem continuamente garantir que sejam percebidas como operando dentro das normas de suas respectivas sociedades, e que suas atividades sejam percebidas como legítimas (Oyewumi et al., 2018; Patten, 1992).

Parece-nos oportuno destacar que na prática as empresas têm corroborado os resultados aqui apresentados, pois têm relatado cada vez mais suas atividades socioambientais, essas duas áreas desempenham um papel fundamental em suas decisões e apoiam seu desenvolvimento. Essa constatação também foi evidenciada no estudo de Lopes e Eugénio (2020).

Embora, a motivação por trás do investimento das empresas em RSC tenha sido uma questão não resolvida para a qual pesquisas anteriores produziram resultados mistos (Oyewumi et al., 2018). As evidências apresentadas neste artigo sugerem que, para os acadêmicos tanto do Brasil como de Portugal, o ganho de legitimidade, com iniciativas socioambientais, pode ser a principal motivação por trás dos investimentos em atividades de sustentabilidade corporativa.

Portanto, na percepção de estudantes de graduação (Licenciatura e Bacharelado) na área de negócios (Administração, Gestão e Contabilidade) as empresas devem envolver-se em iniciativas de sustentabilidade corporativa não apenas pelo lucro financeiro, mas em iniciativas socioambientais e comunicar suas atividades aos diferentes stakeholders, o que, por sua vez, acumularia alguns benefícios futuros, como, por exemplo, legitimidade.

Os resultados deste estudo chamam a atenção para o importante papel das forças institucionais nas divulgações de RSC. A preparação de relatórios de RSC pode contribuir para obter maior legitimidade, orientando os gestores a não apenas olhar para os problemas que

enfrentam em seu ambiente imediato (interno), eles também devem prestar atenção à gama mais ampla de questões que afetam os ecossistemas nos quais operam (Shabana et al., 2017).

A utilização das diretrizes da GRI das informações ambientais e sociais, tem como objetivo integrar a sustentabilidade na estratégia da empresa, tornando-as mais transparentes e com maior clareza para todas as suas partes interessadas. Essas iniciativas, além de representar uma melhoria na transparência, auxilia a empresa a conhecer e demonstrar o seu processo de criação de valor no decorrer do tempo e como a empresa realiza a manutenção deste valor (Lopes & Eugénio, 2020). Com efeito, as empresas estão começando a ver os benefícios da criação de uma agenda estratégica de RSC (Oyewumi et al., 2018).

Os resultados desta pesquisa fornecem, assim, evidências empíricas que contribuem para o fortalecimento da literatura existente através de um modelo já testado na literatura em cursos de engenharia por Rampasso et al. (2019) e neste estudo em Gestão, Administração e Contabilidade. Estudos também poderiam ser realizados em outras áreas acadêmicas e contextos geográficos, a fim de compreender os potenciais influências das iniciativas de sustentabilidade corporativa na visão de outros públicos. Patten e Shin (2019) ao analisar o que foi publicado no journal “*Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*” até o volume 8 de 2017 com a temática da divulgação de sustentabilidade corporativa destacam a falta de estudos de divulgação usando métodos experimentais.

Durante esta pesquisa, foram identificadas algumas limitações, que devem ser consideradas. Uma vez que a pesquisa foi distribuída principalmente entre uma rede de professores vinculados a universidades de afinidade, tanto no Brasil como em Portugal, pode haver um viés em relação a esse grupo.

REFERÊNCIAS

- Ahmad, N., Ullah, Z., Arshad, M. Z., Kamran, H. Waqas, Scholz, M., & Han, H. (2021). Relationship between corporate social responsibility at the micro-level and environmental performance: The mediating role of employee pro-environmental behavior and the moderating role of gender. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 1138–1148. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.02.034>
- Asif, M., Searcy, C., Zutshi, A., & Fisscher, O. A. M. (2013). An integrated management systems approach to corporate social responsibility. *Journal of Cleaner Production*, 56, 7–17. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.10.034>
- Bowen, H. R. (1953). *Social responsibilities of the businessman*. New York: Harper & Row.
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505.
- Carroll, A. B. (1999). Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268–295.
- Carroll, A. B. (2009). A History of Corporate Social Responsibility: Concepts and Practices. *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility, February*, 1–20. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0002>
- Direção-Geral de Estatística do Ensino Superior [DGEES]. (2021). *Tabelas de dados do Ensino Superior*. 2021. <https://www.dgeec.mec.pt/np4/235/>
- Donaldson, T., & Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *The Academy of Management Review*, 20(1), 65. <https://doi.org/10.2307/258887>
- Dunham, L., Freeman, R. E., & Liedtka, J. (2006). Enhancing Stakeholder Practice: A Particularized Exploration of Community. *Business Ethics Quarterly*, 16(1), 23–42. <https://doi.org/10.5840/beq20061611>
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: The triple bottom line of 21st-century business. *Environmental Quality Management*, 8(1), 37–51.

- <https://doi.org/10.1002/tqem.3310080106>
- European Commission. (2001). *Green Paper promotes greater corporate social responsibility*. Bruxelas.
<https://www.eurofound.europa.eu/publications/article/2001/green-paper-promotes-greater-corporate-social-responsibility>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press.
- Freudenreich, B., Lüdeke-Freund, F., & Schaltegger, S. (2020). A Stakeholder Theory Perspective on Business Models: Value Creation for Sustainability. *Journal of Business Ethics*, 166(1), 3–18. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04112-z>
- Hair Jr., J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2005). *Análise multivariada de dados* (5. ed). Porto Alegre: Bookman.
- Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira [INEP]. (2019). *Sinopse Estatística da Educação Superior 2019*. [online]. Inep.
<http://portal.inep.gov.br/basica-censo-escolar-sinopse-sinopse%3E>
- International Organization for Standardization [ISO]. (2010). *ISO 26000 Social Responsibility*. <https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html>
- Larrán, M., Andrades, J., & Herrera, J. (2018). An examination of attitudes and perceptions of Spanish business and accounting students toward corporate social responsibility and sustainability themes. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 21(2), 196–205. <https://doi.org/10.1016/j.rcsar.2018.02.001>
- Levin, J. (1987). *Estatística Aplicada a Ciências Humanas*. 2 ed. São Paulo: Editora Harbra Ltda.
- Lopes, S., & Eugénio, T. (2020). Relato não financeiro no setor das águas minerais naturais: relação ODS e métricas. *Contabilidade Financeira, Jan-Abr*(June), 4–21.
- Lyra, M. G., Gomes, R. C., & Jacovine, L. A. G. (2009). O papel dos stakeholders na sustentabilidade da empresa: contribuições para construção de um modelo de análise. *Revista de Administração Contemporânea*, 13(spe), 39–52.
<https://doi.org/10.1590/s1415-65552009000500004>
- Oyewumi, O. R., Ogunmeru, O. A., & Oboh, C. S. (2018). Investment in corporate social responsibility, disclosure practices, and financial performance of banks in Nigeria. *Future Business Journal*, 4(2), 195–205. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2018.06.004>
- Parmar, B. L., Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Purnell, L., & de Colle, S. (2010). Stakeholder theory: The state of the art. *Academy of Management Annals*, 4(1), 403–445. <https://doi.org/10.1080/19416520.2010.495581>
- Pasquali, L. (2010). *Instrumentação psicológica: Fundamentos e práticas*. Porto Alegre: Artmed.
- Patten, D. M. (1992). Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: A note on legitimacy theory. *Accounting, Organizations and Society*, 17(5), 471–475. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(92\)90042-Q](https://doi.org/10.1016/0361-3682(92)90042-Q)
- Patten, D. M., & Shin, H. (2019). Sustainability Accounting, Management and Policy Journal's contributions to corporate social responsibility disclosure research: A review and assessment. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 10(1), 26–40. <https://doi.org/10.1108/SAMPJ-01-2018-0017>
- Rampasso, I. S., Anholon, R., Silva, D., Cooper Ordoñez, R. E., Santa-Eulalia, L. A., Quelhas, O. L. G., Leal Filho, W., & Granada Aguirre, L. F. (2019). Analysis of the perception of engineering students regarding sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 233, 461–467. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.105>
- Ranängen, H., & Lindman, Å. (2018). Exploring corporate social responsibility practice versus stakeholder interests in Nordic mining. *Journal of Cleaner Production*, 197, 668–

677. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.159>
- Scott, W. R. (1995). *Institutions and Organizations*. Thousand Oaks, Sage.
- Sethi, S. P. (1975). Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework. *California Management Review*, 17(3), 58–64. <https://doi.org/10.2307/41162149>
- Shabana, K. M., Buchholtz, A. K., & Carroll, A. B. (2017). The Institutionalization of Corporate Social Responsibility Reporting. *Business and Society*, 56(8), 1107–1135. <https://doi.org/10.1177/0007650316628177>
- Shrivastava, P. (1993). Crisis theory/practice: Towards a sustainable future. *Organization & Environment*, 7(1), 23–42. <https://doi.org/10.1177/108602669300700103>
- Silva Junior, A. da, de Oliveira Martins-Silva, P., de Araújo Vasconcelos, K. C., Correa da Silva, V., Martins Silva de Brito, S. L., & Rocha Monteiro, J. M. (2019). Sustainability and corporate social responsibility in the opinion of undergraduate students in management programs: Between the concrete and the abstract. *Journal of Cleaner Production*, 207, 600–617. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.10.011>
- Simon, J. L. (1967). Business Ideology, Business Ethics and Business Behavior: A Review of the Issues and A Prod to Research. *Business & Society*, 7(2), 18–32. <https://doi.org/10.1177/000765036700700203>
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.
- United Nations. (2000). *United Nations Global Compact*. <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc>
- United Nations. (2015). *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. [https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030Agenda for Sustainable Development web.pdf](https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/21252030Agenda%20for%20Sustainable%20Development%20web.pdf)
- Velte, P. (2021). Meta-analyses on Corporate Social Responsibility (CSR): a literature review. In *Management Review Quarterly* (Issue 0123456789). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/s11301-021-00211-2>
- Verk, N., Golob, U., & Podnar, K. (2021). A Dynamic Review of the Emergence of Corporate Social Responsibility Communication. *Journal of Business Ethics*, 168(3), 491–515. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04232-6>
- World Business Council for Sustainable Development [WBCSD]. (2000). *Corporate Social Responsibility: Making Good Business Sense*. <https://www.wbcsd.org/>
- Ye, M., Wang, H., & Lu, W. (2021). Opening the “black box” between corporate social responsibility and financial performance: From a critical review on moderators and mediators to an integrated framework. *Journal of Cleaner Production*, 313(September 2020), 127919. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127919>