



RESPONSABILIDADE SOCIAL: UMA FORMA DE DIFERENCIAL COMPETITIVO NO MERCADO DE AÇÕES?

Mayara Andréia L. SILVA¹
Fernando Moreira COSTA²
Fábio Ibanhez BERTUCHI³

RESUMO: As empresas são questionadas constantemente por práticas sustentáveis, as pressões para que haja ações socialmente responsáveis, tornaram-se comum, principalmente em razão da preocupação de um futuro incerto. Nesse contexto, as organizações procuram alinhar a busca pelo lucro, com práticas “verdes”, de caráter sustentável. É objetivo desse trabalho, verificar se a prática da responsabilidade social por parte das organizações favorece a valorização das ações na bolsa de valores, tendo sido utilizado a performance de dados relativo a dois grupos de carteira de empresas, o ISE, que possui um aspecto de organizações relacionadas diretamente a sustentabilidade e o IBrX-50, ao qual representa os cinquenta ativos de maior negociabilidade e representatividade do mercado de ações brasileiro. A teoria na qual as empresas que contemplam projetos de responsabilidade social, teriam suas ações de forma expressiva e clara cotadas na bolsa de valores, acima da média de uma carteira composta por ações entre as mais negociadas na BM&FBOVESPA não pode ser confirmada.

Palavras-chave: Responsabilidade Social; Mercado de Ações; Diferencial Competitivo

Área Temática: Mercados Financeiro, de Crédito e de Capitais

ABSTRACT

Companies are constantly questioned about sustainable practices, the pressures for socially responsible actions have become common, mainly because of concern for an uncertain future. In this context, organizations seek to align the search for profit with "green" practices of a sustainable character. The objective of this study is to verify if

¹ Discente do 3º ano do curso de Ciência Contábeis do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente. E-mail: mayaraandreia0@gmail.com

² Discente do 3º ano do curso de Ciência Contábeis do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente. E-mail: fernandomcosta26@gmail.com

³ Docente do curso Ciência Contábeis do Centro Universitário Antônio Eufrásio de Toledo de Presidente Prudente Mestrando - Universidade Estadual de Maringá (UEM), e-mail: fabiobertuchi@hotmail.com, Orientador do trabalho.

the practice of social responsibility by the organizations favors the valuation of shares in the stock exchange, using data performance related to two groups of companies, the ISE, which has an aspect of Organizations directly related to sustainability and the IBrX-50, which represents the fifty assets of greater negotiability and representativeness of the Brazilian stock market. The theory in which companies contemplating social responsibility projects would have their shares listed on the stock exchange, above the average of a portfolio composed of stocks among the most traded on the BM&FBOVESPA can not be confirmed.

Keywords: Social Responsibility; Stock market; Competitive Differential

Thematic Area: Financial, Credit and Capital Market

1 INTRODUÇÃO

A preocupação com o social, meio ambiente, a defesa de um mundo voltado a atitudes sustentáveis, deixou de ser preocupação somente dos ambientalistas. Em razão da forma predatória como as pessoas e, principalmente as empresas exploram o meio ambiente, passou a ser discutido por todos os setores o impacto das questões socioambientais.

A utilização de ações de caráter social não é uma prática tão recente no mundo corporativo. É fato que ao longo do tempo, as empresas tinham como prioridade a busca incansável pelo aumento da produtividade, a diminuição do custo e obtenção do lucro.

A concorrência no mundo corporativo leva as empresas a buscarem alternativas para atingirem um diferencial competitivo no mercado. Várias são ações adotadas pelas companhias para maximizar seus lucros, sendo que ao mesmo tempo por essa busca de resultados, essas mesmas organizações também necessitam demonstrar uma postura ética, participando da comunidade, contribuindo com o meio ambiente de forma direta, gerando valor e criando uma imagem de empresa responsável.

As práticas de caráter sustentável passaram a ser consideradas por muitas empresas, como uma forma de também criar um diferencial competitivo. No passado, o que tornava uma organização competitiva era basicamente a qualidade aliada ao preço.

A responsabilidade social tem sido um tema muito discutido, as ações praticadas pelas empresas mais ainda. É fato, muitas empresas têm procurado demonstrar suas ações voltadas às questões sócias ambientais de maneira

“gritante”, no qual todos possam perceber as ações por ela realizadas. Não se pode negar é verdade, que muitas organizações possuem projetos voltados as questões de caráter sustentável intrínseco na sua cultura, assim a divulgação dessas ações por partes da empresa, tornou-se uma verdadeira forma de marketing social.

Segundo Machado Filho (2006, p.14): “A percepção de que o exercício da responsabilidade social pode trazer retornos à empresa é crescente, embora com pouca comprovação empírica. A relação entre ações de responsabilidade social e desempenho financeiro é essencialmente inconclusiva (...)”.

Sendo assim, esse estudo é norteado pelo seguinte questionamento: as empresas que contemplam projetos de responsabilidade social, possuem suas ações cotadas de forma expressiva e clara na bolsa de valores, acima da média de uma carteira composta por ações entre as mais negociadas na BM&FBOVESPA?

É objetivo desse trabalho, verificar se a prática da responsabilidade social por parte das organizações favorece claramente a valorização das ações na bolsa de valores sob esse aspecto.

2 PROCEDIMENTOS METODOLOGICOS

A metodologia utilizada foi pesquisa exploratória e descritiva, utilizando-se de dados secundários, analisando para tanto a evolução dos últimos cinco anos de um grupo específico de empresas com ações na bolsa de valores de São Paulo, listadas no índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), em comparação com o Índice Brasil 50 (IBrX-50).

O ISE é ser o indicador do desempenho médio das cotações dos ativos de empresas selecionadas pelo seu reconhecido comprometimento com a sustentabilidade empresarial. Apoiando os investidores na tomada de decisão de investimento e induzindo as empresas a adotarem as melhores práticas de sustentabilidade, uma vez que as práticas ESG (Ambiental, Social e de Governança Corporativa, na sigla em inglês) contribuem para a perenidade dos negócios

O objetivo do IBrX 50 é ser o indicador do desempenho médio das cotações dos 50 ativos de maior negociabilidade e representatividade do mercado de ações brasileiro. (BM& FBOVESPA, 2021, s.p.)

O objetivo deste estudo foi analisar a representação ao longo do período demandado neste trabalho dos indicadores do ISE e do IBrX-50, realizando uma análise individual de cada um dos índices e o comparativo entre eles.

3 DESENVOLVIMENTO TEÓRICO

Os últimos 20 anos expressam as transformações socioeconômicas que estão ocorrendo na sociedade as quais têm alterado bruscamente o comportamento de empresas até então acostumadas somente a buscarem a maximização do lucro.

Segundo Cesar (2008, p. 135): “(...) se evidenciam os processos sociopolíticos e culturais expressos nas questões concernentes à relação entre sistema econômico e regime político, à correlação de forças entre classes e a definição de projetos sociais”.

Desta forma, é possível salientar a importância que as empresas, corporações e instituições possuem enquanto responsáveis pela expansão do bem-estar social e da qualidade de vida para a população.

Ao que tange o comportamento dos homens enquanto indivíduos que compõe a sociedade, de acordo com Freitas, Silva e Silva (2005), “o homem é um ser social e enquanto ser no mundo constrói o cotidiano com base em suas necessidades de modo a alterar o meio em que vive interferindo e transformando o mundo e com isso gerando novas necessidades”.

No contexto apresentado, diante da dinâmica da evolução da sociedade é que surge o processo de globalização, no qual se pode verificar uma expressiva velocidade nas informações as quais se aliam a constante criação de tecnologias mais eficientes que atendem as necessidades dos empresários.

De acordo com Pinto (2003, p. 89), o pensamento de responsabilidade social começa a ser elaborado a partir dos estragos causados pela segunda guerra mundial e a retomada do crescimento por parte dos países vencidos (Plano Marshall na Europa e administração MacArthur no Japão). Começa a haver uma corrente entre as empresas dos países desenvolvidos para uma consciência em relação aos empregados e ao meio ambiente nas quais estão inseridas e que tiveram impactos diretos.

Os efeitos de uma guerra são enormes e de resultados permanentes, onde a reconstrução do todo se dá de forma lenta e que deixará marcas da ação imprudente do homem por muito tempo. O mesmo ocorre quando as empresas atuam de forma predatória, seja em relação ao meio ambiente, aos seus funcionários, a comunidade de forma geral, as consequências deixadas também são marcantes e os registros de suas ações por muitos anos ficaram gravados.

É neste momento de reconstrução no pós-guerra que as empresas se veem envolvidas em ajudar seus colaboradores e familiares, gerando uma nova mentalidade do papel da organização neste novo contexto.

A necessidade de crescimento das empresas, da reconstrução, faz com que elas busquem meios de enfrentar as dificuldades vividas e ao mesmo tempo há uma pressão em relação a necessidade do envolvimento e reconhecimento com práticas relacionadas a responsabilidade social, face aos estragos causados em todo o meio.

Tais práticas sustentáveis que se iniciam, começam a despertar então o questionamento se as estratégias de Responsabilidade Social Corporativa relacionadas ao desenvolvimento econômico, social e ambiental gera vantagem competitiva.

Diante do exposto, o cenário empresarial se transforma a partir da ocorrência de novas maneiras de como as empresas começam a analisar suas atitudes, os aspectos a serem considerados começam a demonstrar uma mudança de comportamento, principalmente no que tange aos fatores para tomada de decisão.

Para Ashley (2002), “a ordem da mudança organizacional, em um ato contínuo que se inicia com mudanças conservadoras e finaliza com mudanças radicais, está diretamente relacionada ao grau de amplitude de inclusão e de consideração pela empresa quanto as suas relações com seus públicos”.

Esta analogia acaba por influenciar a relação capital trabalho, na qual a geração do lucro do setor privado acaba por exercer uma pressão por transparência nos negócios e a responsabilidade social se torna uma ferramenta para amenizar a redução de barreiras para as empresas e aceitação de suas práticas.

Precisamos ressaltar que a concepção de desenvolvimento sustentável está diretamente relacionada ao conceito de responsabilidade social, na qual claramente sem ações de cunho social e cuidado com o meio ambiente, não haverá crescimento econômico de médio e longo prazo.

Diante do exposto percebe-se a relação entre as ações que a empresa deve estabelecer, sempre visando soluções socialmente corretas, ambientalmente sustentáveis e economicamente viáveis, as quais com certeza irão garantir o bem-estar da sociedade que compõe a empresa, onde a empresa passa a contribuir diretamente com a sociedade e está vendo suas ações, por sua vez, acaba lhe retribuindo, criando um ciclo positivo para todos.

Ainda é possível verificar facilmente que as empresas buscam e querem associar-se as projetos e marcas de cunho socialmente responsáveis, sendo comum verificarmos na mídia como um todo mensagens de apoio as ações socialmente responsáveis, ficando claro a toda comunidade, acionistas e investidores que ela defende e apoia práticas relacionadas a Responsabilidade Social, uma empresa correta.

Para Gonçalves e Moreira (2005, p. 15), apesar do pouco tempo do tema no Brasil, este já está claro para as organizações que a atuação consciente gera benefícios de alguma forma, que estudos apontam e sinalizam para um certo diferencial competitivo, ainda que tímido, sinalizam uma tendência de crescimento.

A partir de muitas discussões sobre a responsabilidade social das empresas, tanto no meio empresarial quanto no meio acadêmico, foi possível iniciar e começar a mensurar as ações necessárias e perceber um movimento contínuo e crescente.

Desta forma, “Para responder a esta crescente desafio, governos, empresas e sociedade organizam-se para trazer novas respostas visando um desenvolvimento sustentável que englobe tanto os aspectos econômicos como os sociais e ambientais”. (ASHLEY, 2002, p. 03).

Contudo, se faz necessário observar que sem o envolvimento de todas as partes (governo, empresas e sociedade) não se pode ir além, é necessário que haja o comprometimento de todos para que as ações sejam possíveis.

Diante do exposto, compreender quais os conceitos que envolvem o termo “responsabilidade social” são fundamentais, bem como quais as características e responsabilidades das empresas diante deste contexto.

Há diversos conceitos sobre o significado de responsabilidade social, de acordo com os ensinamentos de Ashley (2002), a expressão “responsabilidade social” suscita uma série de interpretações. Para alguns, representa a ideia de responsabilidade ou obrigação legal, para outros, é um dever compulsório, que impõe as empresas padrões mais altos de comportamento que os do cidadão médio.

Para o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade (2017), um negócio sustentável e responsável é “a atividade econômica orientada para a geração de valor econômico-financeiro, ético, social e ambiental, cujos resultados são compartilhados com os públicos afetados”

Entende-se que a preocupação com a responsabilidade social provém de longa data, porém, na prática “o conceito de responsabilidade social se aprofunda

nas sociedades à medida que as instituições democráticas se consolidam” (MACHADO FILHO, 2006, p. 02), existindo uma necessidade de se organizarem socialmente para a execução de ações que visam auxiliar o desenvolvimento da sociedade.

De acordo com Azevedo e Cruz (2006), o conceito de responsabilidade social está voltado para “a crescente preocupação das empresas com realizar investimentos que contribuam para a qualidade de vida de seus trabalhadores e da comunidade na qual está inserida”. Ocorre, desta forma, uma constante conscientização do papel das empresas perante a sociedade enquanto mediadora de ações visando a construção da cidadania organizacional.

De acordo com o SEBRAE (2005), a responsabilidade social é explicada a partir da forma da relação ética e transparente existente entre a empresa para com toda a sociedade, buscando a preservação ambiental e outras formas de garantir as futuras gerações o acesso a diversidade e bem-estar no sentido mais amplo.

Desta forma, as empresas devem trabalhar buscando constantemente atender metas de desenvolvimento sustentável construindo uma imagem sólida da empresa para as próximas gerações e criando uma identidade institucional que não se perca no decorrer do tempo com os novos acontecimentos.

Machado Filho (2006, p. 47) atenta para o fato de que “o conceito de responsabilidade social abrange quatro dimensões: econômica, legal, ética e discricionária”. A dimensão econômica envolve a responsabilidade da empresa relacionada com a sua sobrevivência e seu crescimento no mercado, e as conseqüentes externalidades positivas: geração de produtos e serviços, emprego, renda e tributos. A dimensão legal contempla o enquadramento da conduta da empresa em regras formais estabelecidas. A dimensão ética amplia o enfoque de acordo com os códigos informais estabelecidos. Já a dimensão discricionária (filantrópica) trata das ações de caráter social que vão além das atividades de negócios.

Sendo assim, não se pode perder o foco das ações sociais realizadas, visto que elas visam trazer benefícios não só no presente, mas para as futuras gerações da empresa.

Nos dias atuais, a questão da responsabilidade social, foi sofrendo modificações e em muitas empresas passou a ser considerada como fator de competitividade no mercado, ou seja, o desenvolvimento de ações que favoreçam o

meio ambiente e que gere satisfação de toda comunidade interessada valorizando os produtos ou serviços oferecidos por determinadas empresas.

Cesar (2008, p. 267) esclarece que: “A responsabilidade social aparece com a mesma relevância que a qualidade e a inovação de produtos e serviços, uma vez que possui o poder de atrair investidores, de ampliar a reputação da empresa junto aos consumidores e, conseqüentemente, gerar dividendos para os acionistas”.

Assim sendo, entende-se que a realização de ações de responsabilidade social quando desempenhadas de forma séria e transparente fazem com que toda a sociedade passe a ver a empresa com confiança, e sendo assim, alavanca as vendas de seus produtos no mercado consumidor como um processo natural.

Talvez um dos grandes desafios para as organizações seja incorporar de forma sistemática a questão da responsabilidade social em sua cultura, não simplesmente de forma pontual, com ações isoladas e sem efeitos contínuos. É preciso destacar que não é possível tratar os aspectos de planejamento, custos e finanças de forma isolada, sendo necessário adicionar a responsabilidade social nesse cenário gerencial e de variáveis a serem consideradas.

Há alguns fatores na gestão empresarial considerados de extrema importância, os quais acabam gerando algumas características e práticas que reforçam as teorias voltadas a responsabilidade social, alguns exemplos são as empresas que não degradam o meio ambiente, ou empresas que participam de ações que promovem a inclusão social e, ainda, realizam algum tipo de ação que favorecem o desenvolvimento da sociedade.

A responsabilidade é para o mundo empresarial uma estratégia de maximização de resultados, inerente ao fato da cobrança e conscientização do consumidor por práticas sustentáveis e conseqüentemente pela busca de melhorias para o meio ambiente e comunidade, valorizando aspectos éticos ligados à cidadania das empresas.

Diante do exposto pode-se afirmar que as empresas que realizam e praticam a responsabilidade social de forma ética, contribui para realização de cidadania e conseqüentemente a valorização da sociedade e do meio ambiente. As ações de caráter social possuem impacto gritante na mídia, criando reflexos juntos a comunidade, fornecedores, acionistas e demais interessados.

Para Machado Filho (2006, p. 47): “A dimensão econômica contempla a responsabilidade da empresa relacionada com a sua sobrevivência e seu

crescimento no mercado, e as conseqüentes externalidades positivas: geração de produtos e serviços, emprego, renda e tributos”.

O SEBRAE (2005, p. 13), desenvolveu um estudo que ainda prevalece onde revela que a qualidade dos relacionamentos das empresas com a sociedade se manifesta em sete áreas principais, a saber: (i) valores e transparência; (ii) público interno (relações com empregados); (iii) meio ambiente; (iv) fornecedores; (v) consumidores e clientes; (vi) comunidade (ações sociais); e (vii) governo e sociedade.

Em relação ao contexto de mudanças, é necessário salientar que a aprendizagem gera no indivíduo pensamentos de acordo com as necessidades, acarretando novos conhecimentos, sendo essencial compreender a razão desses novos conhecimentos em face das novas necessidades

Dessa forma, cada indivíduo deve visualizar as conseqüências positivas e negativas das ações da empresa e para isso é necessário adquirir conhecimento desenvolvendo uma visão crítica, e desta forma, avaliar se as ações da empresa realmente são condizentes com a situação necessárias.

Temos que a responsabilidade social adotada pelas organizações, deve ser relacionada às práticas de sustentabilidade, que em sua busca pelo lucro, precisam considerar também os efeitos sociais e ambientais das suas ações, objetivando contribuir para o bem comum, sociedade, meio ambiente e a própria empresa.

Finalmente, as empresas passam a ocupar de certa forma um lugar, antes destinado exclusivamente as ações do estado, tendo em vista o bem-estar gerado para a sociedade e o meio ambiente como um todo, garantindo a sobrevivência das futuras gerações.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As informações que compõe o presente tópico foram obtidas no site da BM&FBOVESPA (2021, s.p.). A análise dos resultados desta pesquisa constitui-se inicialmente do levantamento da evolução anual dos índices do ISE e do IBrX-50.

Ao que tange o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) é importante salientar que:

O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) foi criado em dezembro de 2005, sendo o quarto do tipo no mundo (1º: Nova Iorque; 2º: Londres; 3º: Johannesburgo).

Seus objetivos são atuar como indutor de boas práticas no meio empresarial brasileiro e ser uma referência para o investimento socialmente responsável.

O ISE reflete o retorno médio de uma carteira teórica de ações de empresas de capital aberto e listadas na BM&FBOVESPA com as melhores práticas em sustentabilidade. Seu desenho metodológico é de responsabilidade do Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces) da FGV-EAESP e tem por base um questionário com sete dimensões: Ambiental, Social, Econômico-Financeira, Governança Corporativa, Geral, Natureza do Produto e Mudanças Climáticas. A avaliação das empresas é feita em dois âmbitos: quantitativo (respostas do questionário) e qualitativo (envio de documentos comprobatórios de forma amostral). (BM&FBOVESPA, 2021, s.p.).

Já o IBrX 50 é o resultado de uma carteira teórica de ativos, ou seja:

O objetivo do IBrX 50 é ser o indicador do desempenho médio das cotações dos 50 ativos de maior negociabilidade e representatividade do mercado de ações brasileiro.

O IBrX 50 é um índice de retorno total, é composto das ações e units exclusivamente de ações de companhias listadas na BM&FBOVESPA que atendem aos critérios de inclusão descritos a seguir.

Não estão incluídos nesse universo BDRs e ativos de companhias em recuperação judicial ou extrajudicial, regime especial de administração temporária, intervenção ou que sejam negociados em qualquer outra situação especial de listagem. (BM&FBOVESPA, 2021, s.p.).

Os índices da BM&FBOVESPA utilizam procedimentos e regras constantes do Manual de Definições e Procedimentos dos Índices da BM&FBOVESPA.

Com o objetivo de apurar o desempenho no mercado de ações das empresas que fazem parte do ISE, foi realizado um levantamento de um período de praticamente cinco anos dos índices históricos, sendo que ele foi comparado com o desempenho das empresas que fazem parte do IBrX-50.

O **Gráfico 1** apresenta a evolução do ISE, compreendido entre o período de dezembro de 2016 e junho de 2021.

Gráfico 01 – ISE

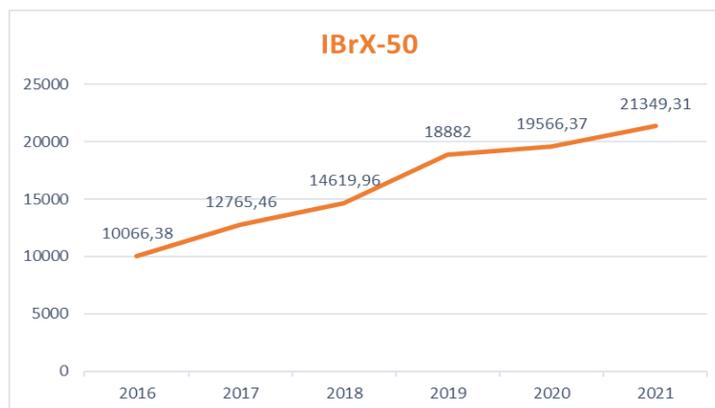


Fonte: Elaboração própria, 2021.

Nesse período de quase cinco anos, o ISE apresenta ao longo do tempo uma crescente entre 2016 e 2019. Posteriormente é notório uma estabilidade com variação positiva no índice.

O **Gráfico 02** apresenta a evolução do IBrX-50, também compreendido entre o período de dezembro de 2016 e junho de 2021.

Gráfico 02 – IBrX-50

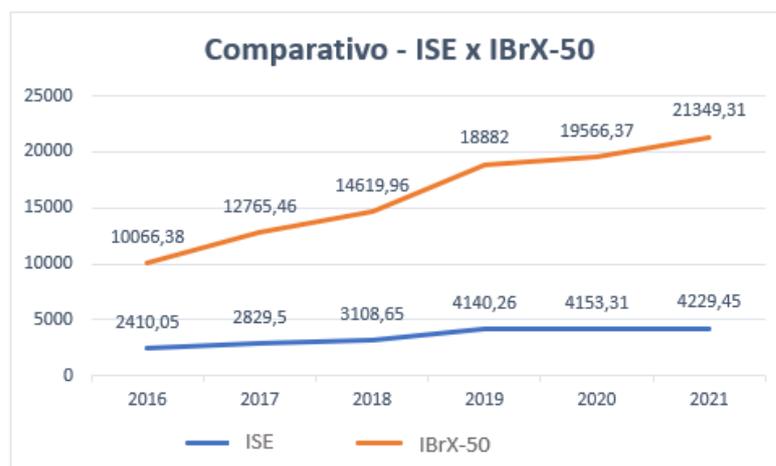


Fonte: Elaboração própria, 2021.

O período demandando, demonstra assim como o índice citado anteriormente, uma crescente, entretanto este crescimento percorreu até o final do 1º semestre de 2021.

A seguir, no **Gráfico 03**, é apresentado um gráfico comparativo entre o ISE e IBrX-50. Tanto o IBrX-50 como o ISE apresentam oscilações durante o período analisado, onde o ISE apresenta um quadro considerado estável, com oscilações mais suaves em comparação com o IBrX-50, onde este demonstra uma agressividade maior na variação dos índices apresentados.

Gráfico 03 – Comparativo (ISE VS IBrX-50)



Fonte: Elaboração própria, 2021.

Pode-se constatar que tanto o IBrX-50 como o ISE apresentam ao longo do período variações que seguem o mesmo fluxo, estando em alta no mesmo período. Entretanto, a partir da análise, percebe-se que o IBrX-50 tende uma linha de aumento constante, enquanto o ISE vem demonstrando uma perda percentual de crescimento.

É fato que o desempenho apresentado pelo ISE, em nenhum momento é melhor que o do IBrX-50. Sendo que o primeiro em nenhum momento ao longo de todo período analisado, demonstrou que poderia superar os indicadores do IBrX-50.

Os **Quadros 01 e 02** apresentam as taxas médias de crescimento do ISE entre 2005 a 2019 e do IBrX-50 entre 1997 a 2019

Quadro 01 – Taxa Médica de Crescimento – ISE

Ano	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	ISE Anual
2005																1.040,08
2006	37,8															1.433,42
2007	39,1	40,4														2.011,81
2008	4,5	-9,1	-41,1													1.185,19
2009	17,3	11,2	-1,0	66,4												1.972,04
2010	15,0	9,9	1,2	32,7	5,8											2.087,30
2011	11,7	7,1	0,1	19,4	1,2	-3,3										2.018,94
2012	12,9	9,2	3,9	19,7	7,3	8,0	20,5									2.432,53
2013	11,5	8,1	3,6	15,9	5,9	5,9	10,8	1,9								2.479,61
2014	9,9	6,8	2,7	12,7	4,3	3,9	6,4	0,0	-1,9							2.431,59
2015	7,4	4,4	0,7	8,7	1,2	0,3	1,2	-4,5	-7,6	-12,9						2.118,01
2016	7,9	5,3	2,0	9,3	2,9	2,4	3,6	-0,2	-0,9	-0,4	13,8					2.410,05
2017	8,7	6,4	3,5	10,2	4,6	4,4	5,8	3,1	3,4	5,2	15,6	17,4				2.829,50
2018	8,8	6,7	4,0	10,1	5,2	5,1	6,4	4,2	4,6	6,3	13,6	13,6	9,9			3.108,65
2019	10,4	8,5	6,2	12,0	7,7	7,9	9,4	7,9	8,9	11,2	18,2	19,8	21,0	33,2		4.140,26
2020	9,7	7,9	5,7	11,0	7,0	7,1	8,3	6,9	7,7	9,3	14,4	14,6	13,7	15,6	0,3	4.153,31

Fonte: BM&FBOVESPA, 2021.

Quadro 02 – Taxa Médica de Crescimento – IBrX-50

Ano	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	IBrX-50 Anual	
1997																								1.000,00	
1998	-37,5																								625,16
1999	25,3	150,9																							1.568,74
2000	14,9	55,9	-3,2																						1.518,49
2001	10,4	33,4	-2,8	-2,3																					1.483,67
2002	9,4	25,8	-0,1	1,5	5,5																				1.565,28
2003	18,4	34,6	15,1	22,0	36,3	76,2																			2.757,58
2004	19,6	33,2	17,4	23,2	33,0	49,4	26,7																		3.453,49
2005	21,7	33,9	20,6	26,0	34,3	45,5	32,3	38,1																	4.823,41
2006	23,0	33,9	22,4	27,3	34,2	42,5	32,8	35,9	33,7																6.450,76
2007	25,6	35,7	25,7	30,4	36,9	44,2	37,1	40,8	42,2	51,2															9.754,98
2008	16,9	24,4	15,1	17,6	20,7	23,5	15,0	12,3	4,8	-7,3	-43,1														5.546,45
2009	20,7	28,1	19,8	22,7	26,2	29,5	23,0	22,3	18,7	14,0	-1,0	72,4													9.562,81
2010	19,0	25,6	17,9	20,3	23,1	25,5	19,6	18,4	14,8	10,6	-0,4	31,8	0,8												9.634,08
2011	16,3	22,0	14,9	16,7	18,8	20,3	14,7	13,1	9,4	5,1	-4,0	14,3	-7,0	-14,1											8.279,42
2012	15,9	21,1	14,5	16,1	17,9	19,2	14,2	12,7	9,5	5,9	-1,4	13,2	-1,7	-2,8	9,9										9.096,20
2013	14,5	19,2	13,0	14,4	15,9	16,9	12,2	10,7	7,6	4,4	-1,9	9,4	-2,4	-3,4	2,5	-4,4									8.695,34
2014	13,4	17,7	11,9	13,1	14,3	15,1	10,7	9,3	6,5	3,5	-2,0	7,3	-2,4	-3,2	0,8	-3,5	-2,6								8.465,97
2015	11,7	15,6	10,1	11,1	12,1	12,6	8,5	7,0	4,3	1,5	-3,5	4,1	-4,3	-2,9	-6,8	-8,0	-13,1								7.357,53
2016	12,9	16,7	11,6	12,6	13,6	14,2	10,5	9,2	6,9	4,6	0,4	7,7	0,7	0,7	4,0	2,6	5,0	9,0	36,8						10.066,38
2017	13,6	17,2	12,4	13,3	14,4	15,0	11,6	10,5	8,5	6,4	2,7	9,7	3,7	4,1	7,5	7,0	10,1	14,7	31,7	26,8					12.765,46
2018	13,6	17,1	12,5	13,4	14,4	15,0	11,8	10,8	8,9	7,1	3,8	10,2	4,8	5,4	8,5	8,2	11,0	14,6	25,7	20,5	14,5				14.619,96
2019	14,3	17,6	13,3	14,2	15,2	15,8	12,8	11,9	10,2	8,6	5,7	11,8	7,0	7,8	10,9	11,0	13,8	17,4	26,6	23,3	21,6	29,2			18.882,00
2020	13,8	16,9	12,8	13,6	14,5	15,1	12,2	11,4	9,8	8,3	5,5	11,1	6,7	7,3	10,0	10,1	12,3	15,0	21,6	18,1	15,3	15,7	3,6		19.566,37

Fonte: BM&FBOVESPA, 2021.

Analisando os quadros 1 e 2, podemos constatar que comparando a variação entre o IBrX-50 e o ISE, há certa cumplicidade no desempenho de ambos, com pequenas dispersões em alguns momentos.

Fica constatado que o IBrX-50 e o ISE apresentam a mesma tendência de desempenho. Importante destacar que apesar de apresentarem as mesmas variações, o ISE não demonstrou ao longo do período pesquisado índices que superem o apresentado pelo IBrX-50.

5 CONCLUSÃO

As empresas que se denominam sócio responsáveis, necessitam realizar mais atitudes concretas no que tange ao envolvimento com o social e meio ambiente, serem responsáveis pelos impactos que causam. O simples envolvimento (filantropia), não permite que a empresa seja reconhecida como sócio ambientalmente responsável. É preciso avaliar se a empresa realiza de fato ações contínuas e comprometidas para o desenvolvimento sustentável (ambiente, saúde, bem-estar etc.)

Ao concluir essa pesquisa, percebemos que o objetivo principal de verificar se as empresas que contemplam projetos de responsabilidade social, possuem suas ações cotadas na bolsa de valores, acima da média de uma carteira composta por ações entre as mais negociadas na BM&FBOVESPA foi alcançado. Diante da pesquisa realizada pode-se constatar que desde a criação do ISE, ela não apresentou desempenho claro que resulte em superioridade ao desempenho do IBrX-50.

Há argumentos favoráveis ao engajamento das empresas em ações sociais, conforme o apresentado por Machado Filho (2006, p.27):

Os argumentos éticos são derivados de princípios religiosos, referencial filosófico ou normas sociais prevalecentes. Em síntese, tais argumentos sugerem que a firma deve se comportar de uma maneira socialmente responsável porque é moralmente correto agir assim (...)

O argumento instrumental em favor da responsabilidade social é baseado em algum tipo de cálculo racional, segundo o qual o comportamento socialmente responsável beneficiará a empresa como um todo, ao menos no longo prazo. Essa linha de argumentação salienta que, agindo racionalmente, a empresa pode minimizar riscos de perda de reputação e explorar oportunidades de criação de diferenciação em relação aos competidores menos socialmente responsáveis.

As pesquisas demonstram que os indicadores apresentados pelo ISE seguiram as mesmas variações ao longo do período retratados pelo IBrX-50. É fato que apesar de seguirem a mesma tendência de desempenho, não foi constatado que o ISE tenha demonstrado melhor desempenho comparado com IBrX-50, seja em valores absolutos ou em variação percentual positiva, sendo que este último, em praticamente todo período analisado, apresentou desempenho melhor.

A teoria na qual as empresas que contemplam projetos de responsabilidade social, teriam suas ações cotadas na bolsa de valores, acima da média de uma carteira composta por ações entre as mais negociadas na BM&FBOVESPA não pode ser confirmada simplesmente pelo comparativo aqui realizado e apresentado

Com base na pesquisa realizada, podemos constatar que apenas o fato de uma carteira de um grupo de empresas com práticas reconhecidas de sustentabilidade, não foi suficiente para gerar um diferencial competitivo e agregar valor no mercado de ações isoladamente. Ainda, percebe-se que outros fatores prevalecem quando se trata de questões voltadas ao mundo corporativo e capitalista, principalmente em relação as empresas de capital aberto.

Outras relações merecem ser estudadas em conjunto para que se possa afirmar que a prática de responsabilidade social gera ou não diferencial competitivo, dentre elas, podemos destacar questões de administração, gerenciamento, ramo de atividade, porte da empresa, tendência do mercado, oscilações financeiras no mercado internacional e políticas públicas.

Ainda, sugere-se a realização no futuro de estudos que envolvam períodos mais longos, na tentativa de confirmar os resultados encontrados e possíveis associações de demais fatores relacionados, a fim de dar um maior suporte nos resultados encontrados.

6 REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia Almeida (coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

AZEVEDO, J. B.; ENDE, M. V.; WITTMANN, M. L. **Responsabilidade social e a imagem corporativa**: o caso de uma empresa de marca global. REVISTA ELETRONICA DE ESTRATÉGIA E NEGÓCIOS. 30 Abr 2015. Disponível em:

<<http://portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/EeN/article/view/3142/2600>> Acesso em: ago. 2021.

AZEVEDO, Tânia Cristina, CRUZ, Claudia Ferreira da. **Balço Social como instrumento para Demonstrar a Responsabilidade Social das Entidades**: uma Discussão quanto à Elaboração Padronização e Regulamentação. Revista Pensar Contábil. Vol. 8, n. 34, 2006. Disponível <
<http://webserver.crcrj.org.br/asscom/Pensarcontabil/revistaspdf/revista34.pdf>>
Acesso em: ago. 2021.

BM&F BOVESPA. Índices **IBrX-50 e de Sustentabilidade Empresarial – ISE**. Disponível em:<http://www.b3.com.br/pt_br/market-data-e-indices/> Acesso em: ago. 2021.

BORGER, Fernanda G. Responsabilidade social empresarial e sustentabilidade para a gestão empresarial. **INSTITUTO ETHOS**. 2013. Disponível em:
<<http://www3.ethos.org.br/cedoc/responsabilidade-social-empresarial-e-sustentabilidade-para-a-gestao-empresarial/#.WXJSHoTyuUk>> Acesso em: ago. 2021.

CESAR, Monica de Jesus. "**Empresa-cidadã**": uma estratégia de hegemonia. São Paulo: Cortez, 2008.

GONÇALVES, Joana; MOREIRA, Vera. **ABAD responsabilidade social**. São Paulo: ABAD, 2005.

INSTITUTO Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. Disponível em:
<<http://www3.ethos.org.br/conteudo/indicadores/#.WYC46k2WweE>> Acesso em: ago. 2021.

MACHADO FILHO, Cláudio A. Pinheiro. **Responsabilidade social e governança**: o debate e as implicações: responsabilidade social, instituições, governança e reputação. São Paulo: Thomson, 2006.

PINTO, Luiz Fernando da Silva. **Gestão-cidadã**: ações estratégicas para a participação social no Brasil. 2. ed. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2003.

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SÃO PAULO.
Responsabilidade social nas micro e pequenas empresas do estado de São Paulo. São Paulo: SEBRAE - SP, 2005. Disponível em:
<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/responsabilidade_social_mpes_livro.pdf > Acesso em: ago. 2021.