

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS
MESTRADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

JOSÉLIA FERNANDES DO NASCIMENTO

**RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EM EMPRESAS FAMILIARES
BRASILEIRAS**

JOÃO PESSOA

2020

JOSÉLIA FERNANDES DO NASCIMENTO

**RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EM EMPRESAS FAMILIARES
BRASILEIRAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), como requisito para a obtenção do título de mestre em Ciências Contábeis.

Linha de Pesquisa: Informação Contábil para Usuários Internos

Orientador: Prof. Dr. Paulo Amilton Maia Leite Filho

JOÃO PESSOA

2020

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

N244r Nascimento, Joselia Fernandes do.
Responsabilidade socioambiental em empresas familiares
brasileiras / Joselia Fernandes do Nascimento. - João
Pessoa, 2020.
53 f.

Orientação: Paulo Amilton Maia Leite Filho.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCSA.

1. Responsabilidade Socioambiental Corporativa. 2.
Empresas Familiares. 3. Teoria da Legitimidade. I.
Paulo Amilton Maia Leite Filho. II. Título.

UFPB/BC

JOSÉLIA FERNANDES DO NASCIMENTO

**RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL EM EMPRESAS FAMILIARES
BRASILEIRAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), como requisito para a obtenção do título de mestre em Ciências Contábeis.

Comissão Avaliadora:

Prof. Dr. Paulo Amilton Maia Leite Filho
Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da UFPB
(Presidente da Banca)

Prof. Dr. Aldo Leonardo Cunha Callado
Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da UFPB
Examinador Membro Interno

Prof. Dr. Márcio Sampaio Pimentel
Universidade Federal Rural de Pernambuco
Examinador Membro Externo

JOÃO PESSOA
2020

Emitido em 19/02/2020

DOCUMENTO COMPROBATÓRIO (ANEXO) N° 00/2020 - PPGCC (11.00.52.03)
(N° do Documento: 700)

(N° do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 02/04/2020 11:45)

PAULO AMILTON MAIA LEITE FILHO

PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR

1030203

(Assinado digitalmente em 02/04/2020 15:11)

ALDO LEONARDO CUNHA CALLADO

PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR

1331488

Para verificar a autenticidade deste documento entre em <https://sipac.ufpb.br/documentos/> informando seu número:
700, ano: **2020**, documento (espécie): **DOCUMENTO COMPROBATÓRIO (ANEXO)**, data de emissão:
02/04/2020 e o código de verificação: **3f9a37ed7d**

À Deus e à minha família, meus alicerces essenciais
para a realização desta conquista.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, sobretudo a DEUS, Àquele que sempre me guiou e me concedeu sabedoria, força e fé para me manter firme nesta jornada e conseguir alcançar meus objetivos.

Aos meus pais, José Fernandes e Zélia, aos quais tenho a maior admiração, agradeço todo o apoio, esforços, orações, compreensão, carinho, e pelos os ensinamentos que me transmitem.

As minhas irmãs Fernanda, Raquel e Maria da Glória e aos meus irmãos Rui e Diógenes que sempre me apoiaram, me deram forças e também aos tios, sobrinhos e amigos, que sempre acreditaram no meu sucesso.

Ao Lucas Oliveira, por ter sido companheiro, estando ao meu lado o tempo todo, me apoiando e me dando forças. Obrigada pelo o seu amor e compreensão.

A vocês que se preocuparam comigo, torceram por mim e entenderam minha ausência neste período. Muito obrigada!

Aos colegas da turma 04 do mestrado e também colegas da turma do doutorado, agradeço pelo o companheirismo ao compartilhamos os momentos difíceis e os momentos de risadas. Em especial, a amiga Larissa ao qual compartilho os desafios desde a graduação, e a Francisco Júnior e Eliane Cortes por tudo que fizeram por mim. Sou muito grata!

Ao meu orientador, Prof. Dr. Paulo Amilton Maia Leite Filho, ao qual tenho grande admiração, agradeço pela a atenção, compreensão e ensinamentos transmitidos para elaboração deste trabalho. E ao Prof. Dr. Márcio Sampaio Pimentel que participou como avaliador externo e contribui com valiosas considerações.

Agradeço, especialmente, ao Prof. Dr. Aldo Leonardo Cunha Callado por ser sempre atencioso e prestativo, por toda compreensão, empenho, paciência e palavras de incentivo, e pelos seus valiosos conhecimentos transmitidos. Sou infinitamente grata.

Aos demais professores do PPGCC-UFPB os quais contribuíram com seus conhecimentos para a construção desta caminhada, em especial a Prof.^a Dr.^a Renata Paes de Barros Câmara e ao Prof. Dr. Antônio André Cunha Callado.

Enfim, a todos que contribuíram, diretamente ou indiretamente, e que torceram e acreditaram nesta conquista, meu MUITO OBRIGADA!!!

“Nunca perca de vista o seu ponto de partida.”

Santa Clara de Assis

RESUMO

O objetivo deste estudo consiste em verificar se as empresas familiares brasileiras são mais propensas a serem socioambientalmente responsáveis do que as empresas não familiares. Para atingir esse objetivo, realizou-se uma pesquisa caracterizada como descritiva e de abordagem quantitativa, com utilização de dados secundários. A amostra do estudo corresponde às instituições de capital aberto listadas na B3 (Brasil, Bolsa, Balcão), no período de 2010 a 2018. Para mensurar a Responsabilidade Socioambiental Corporativa (RSC) foi utilizada como *proxy* a divulgação de relatório de sustentabilidade pelo padrão do *Global Reporting Initiative* (GRI), ou a participação da empresa no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). As informações sobre a adoção do padrão GRI foram coletadas nos relatórios de sustentabilidade divulgados nos sites das companhias e a participação no ISE foi observado no site da B3. Quanto à variável que representa a classificação das empresas como familiar foi estimada pelo envolvimento de membros da família na propriedade, controle e gestão da organização, simultaneamente. Para realizar esta classificação foram consultados os Formulários de Referência disponibilizados no site da B3. Com relação às variáveis de controle que compõem o modelo, a coleta de dados foi realizada por meio da base de dados da *Thomson Reuters Eikon*. Para a análise dos dados, foi estimado um modelo de dados em painel com variável dependente binária utilizando-se assim a regressão logística, ou seja, painel *logit*. Os resultados encontrados evidenciaram que existe uma relação inversa entre a RSC e empresa familiar, ou seja, o fato da empresa ser familiar diminui as chances desta se apresentar socioambientalmente responsável em comparação a uma empresa não familiar. Além disso, em termos de razão de chances proporcional tem-se que se a empresa for familiar a probabilidade de apresentar comportamento socioambiental diminui em média 50%. Dessa forma, pode-se inferir que, as empresas familiares brasileiras de capital aberto apresentam menor desempenho de RSC do que as empresas não familiares, sendo assim, estão menos preocupadas em buscar a legitimar suas ações, contrapondo o que propõe a Teoria da Legitimidade.

Palavras-chave: Responsabilidade Socioambiental Corporativa. Empresas Familiares. Teoria da Legitimidade.

ABSTRACT

The objective of this study consists in verifying whether the Brazilian familiar companies are more prone to be socially and environmentally responsible than those non familiars. To achieve this goal, we made a descriptive research in a quantitative approach, using secondary data. The sample of this study corresponds to open capital institutions listed on the B3 website (Brazil, Bolsa, Balcão), from 2010 to 2018. To measure the Corporative Socioenvironmental Responsibility (CSR) we utilized as proxy a report disclosure of sustainability by the Global Reporting Initiative (GRI) pattern, or the participation of the company in the Company Sustainability Index (CSI). The information about the adoption of the GRI pattern were collected on the sustainability reports disclosed on the Companies websites and the participation in the CSI was observed on the website of the B3. The variable that represents the classification of the companies as familiar was estimated by the involvement of the family members in the property, and by the control and management of the organization, simultaneously. To do this classification, it was consulted the Reference Formularies available on the website of the B3. In relation to the control variables that compose the model, the collect of data was made through the data base of Thomson Reuters Eikon. To analyze the data, it was estimated a data model on a panel with binary dependent variable, utilizing a logistic regression, in other words, logit panel. The results found out that there exists an inverse relation between the CSR and the familiar company, in other terms, the fact that the company to be a familiar one decreases the chances of presenting socioenvironmental responsibility in comparison with a non-familiar establishment. Besides, in terms of proportional ratio chances, we realized that if the company is familiar, the probability of presenting a good socioenvironmental behavior diminish in a 50% rate. This way, we can infer that, if the Brazilian familiar companies of open capital present lower performance of CSR than those non-familiar, likewise, they are less worried in legitimate their actions, contrasting to what propose the Legitimacy Theory.

Keywords: Corporative Socioenvironmental Responsibility. Familiar companies. Legitimacy Theory.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ALAV	Alavancagem
DJSI	Índice Dow Jones de Sustentabilidade
END	Endividamento
GRI	<i>Global Reporting Initiative</i>
IDA	Idade
IFRS	<i>International Financial Reporting Standards</i>
ISE	Índice de Sustentabilidade Empresarial
RS	Relatório de Sustentabilidade
RSC	Responsabilidade Socioambiental Corporativa
ROE	Retorno sobre o Patrimônio Líquido
ROA	Rentabilidade sobre o Ativo
TAM	Tamanho

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 – Descrição das Variáveis.....	35
Tabela 1 – Distribuição da amostra por setor.....	31
Tabela 2 – Distribuição da amostra entre empresas familiares e não familiares por setor.....	37
Tabela 3 – Distribuição das empresas que apresentam ou não RSC por setor.....	38
Tabela 4 – Análise da RSC por tipo de empresa (familiar/não familiar) em relação aos setores.....	39
Tabela 5 – Estatística descritiva das variáveis.....	40
Tabela 6 – Resultados da Regressão do Modelo <i>Logit</i>	41

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Contextualização.....	12
1.2 Problema de Pesquisa.....	15
1.3 Objetivos.....	16
1.3.1 Objetivo Geral	16
1.3.2 Objetivos Específicos	16
1.4 Justificativa	16
2 REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1 Responsabilidade Social Corporativa.....	18
2.1.1 Abordagem Teórica	18
2.1.2 Teoria da Legitimidade.....	211
2.1.3 <i>Disclosure</i> da RSC	233
2.2 Empresas Familiares	255
2.2.1 Empresas Familiares e RSC	28
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	30
3.1 Tipologia da Pesquisa.....	30
3.2 População, Amostra e Coleta de Dados	30
3.3 Definição das variáveis e modelo econométrico.....	31
3.3.1 Variável Dependente	31
3.3.2 Variável independente	32
3.3.3 Variáveis de Controle	33
3.3.3 Modelo Econométrico	35
3.4 Tratamento dos dados.....	36
4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	37
4.1 Análise Descritiva	37
4.2 Análise do modelo de painel <i>logit</i>	41
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	45
REFERÊNCIAS	46

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

A Responsabilidade Socioambiental Corporativa (RSC) é um tema que nas últimas décadas tomou proporções globais e fez despertar o interesse da sociedade, das organizações e de diversas áreas de estudos (KIM; KIM, 2010). O cenário globalizado e competitivo no qual a RSC surgiu, culminou na mudança de um paradigma. As organizações guiadas apenas pela lógica econômica necessitaram assumir certas práticas gerenciais com relação ao meio ambiente e suas partes interessadas, a fim de serem caracterizadas como organizações socialmente responsáveis (SILVA; FOSSÁ, 2014).

Percebendo o engajamento das partes interessadas frente aos crescentes problemas sociais e ambientais, as corporações passaram a promover suas práticas de modo a serem socialmente e ambientalmente responsáveis (MCWILLIAMS; SIEGEL, 2000; KANSAL; JOSHI, M.; BATRA, 2014) firmando um compromisso com as organizações de melhorar a sociedade e proteger o meio ambiente, juntamente com seus *stakeholders*.

A compreensão da RSC foi proposta inicialmente por Carroll (1979), como sendo um compromisso de atuação da empresa diante da sociedade envolvendo as responsabilidades da organização sobre as dimensões econômicas, legais, éticas e filantrópicas. Assim, a empresa deve assumir como objetivo a criação de valor para seus proprietários e investidores, garantindo sua continuidade e contribuindo para o bem-estar da sociedade.

Entretanto, para Freeman (1984) o ponto essencial na implementação da RSC pelas empresas foram os *stakeholders*, pois, segundo a abordagem da Teoria dos *stakeholders*, as organizações deveriam gerenciar suas ações na busca de um equilíbrio entre os interesses dos investidores e as necessidades das demais partes interessadas, bem como utilizar a RSC para construir legitimidade de suas ações.

López-González, Martínez-Ferrero e García-Meca (2019) apontam a importância das empresas buscarem a legitimidade diante da RSC, pois a mesma funciona como ferramenta para criação de valor à medida que uma empresa socialmente responsável é vista de maneira diferenciada pelos *stakeholders*. Portanto, percebe-se a necessidade de tal posicionamento ser evidenciado para assegurar que as informações cheguem as partes interessadas.

Do ponto de vista de Berrone *et al.* (2010), como as práticas de RSC são deixadas a critério da organização, podem existir diferenças nas suas aplicações e manifestações podendo assim, afetar a dinâmica da RSC. Além disso, inúmeras definições de RSC já foram propostas, e ainda não se chegou a um consenso quanto a delimitação das dimensões que compõem a RSC, o que também proporciona uma grande diversidade de variáveis e indicadores que buscam mensurar o desempenho da RSC de uma empresa (BORBA, 2005; HIRIGOYEN; POULAIN-REHM, 2014).

Nessa direção, seguindo o interesse dos *stakeholders*, diversas instituições especializadas, como as bolsas de valores, criaram índices ou *rankings* de desempenho, com a intenção de avaliar as práticas de RSC das empresas e divulgar o nível de comprometimento das mesmas. Além disso, as empresas de capital aberto também começaram a divulgar de forma voluntária, relatórios com informações das práticas sustentáveis, no intuito de tornar pública as suas ações.

Para tal necessidade, as organizações têm adotado modelos de divulgação conhecidos como demonstrações socioambientais, relatórios de sustentabilidade e/ou relatórios anuais. Como se trata de informações voluntárias, instituições independentes buscam divulgar diretrizes e orientações para a divulgação dessas informações. A *Global Reporting Initiative* (GRI) destaca-se nesse âmbito como sendo o primeiro modelo de *disclosure* voluntário de ações socioambientais e o mais adotado em todo o mundo, em busca da consolidação de padronização das informações (GRI, 2019).

Os padrões GRI apresentam uma estrutura modular e inter-relacionada para direcionar a forma de relatar os impactos econômicos, ambientais e sociais, auxiliando na formulação do relatório de sustentabilidade, assegurando uma melhor evidenciação das informações inerentes às ações de responsabilidade social das empresas (GRI, 2019).

Além dos relatórios e do padrão GRI, os índices setoriais listados em Bolsas de Valores e os *rankings* de desempenho tem contribuído para a disseminação do desempenho de RSC das organizações. O primeiro índice criado para acompanhar o desempenho das ações empresariais, considerando os aspectos econômicos, sociais e ambientais, foi o índice de Sustentabilidade Dow Jones - DJSI, criado em 1991 pela bolsa de valores de Nova Iorque (SOARES, 2016).

Seguindo a linha do DJSI, a bolsa de valores do Brasil a fim de suprir as demandas de desenvolvimento sustentável da sociedade e estimular a responsabilidade ética das corporações, criou em 2005 o Índice de Sustentabilidade Empresarial - ISE,

configurando-se como o primeiro índice de sustentabilidade da América Latina e o quarto em todo o mundo ([B]3, 2019).

Diante desse contexto, o interesse sobre a RSC tornou-se crescente também no âmbito acadêmico. Muitos estudos buscaram investigar a relação da RSC com diversas variáveis, tais como o desempenho econômico-financeiro (LIN; YANG; LIOU, 2009; PLETSCHE; SILVA; HEIN, 2015; MADORRAN; GARCIA, 2016; DEGENHART; VOGT; HEIN, 2018); valor da empresa (FATEMI; FOOLADI; TEHRANIAN, 2015; GIVISIEZ; TEODÓSIO, 2017); custo de capital (EL GHOUL *et al.*, 2011), nível de internacionalização (SOSCHINSKI; BRANT; KLANN, 2018), possíveis fatores determinantes da RSC, dentre eles, as regulamentações (DAWKINS; LEWIS, 2003); a estrutura de propriedade e do conselho (LAGUIR; ELBAZ, 2014), as características do CEO (BERRONE *et al.*, 2010), entre outros.

Os temas relacionados com a RSC apresentam uma extensiva literatura, principalmente no âmbito internacional, onde recentemente tem se atribuído atenção crescente, especificamente nas empresas familiares (LÓPEZ-GONZÁLEZ *et al.*, 2019). Todavia, com relação a RSC nas empresas familiares alguns estudiosos enfatizam a falta de consenso nos estudos realizados (MCWILLIAMS; SIEGEL, 2001; CENNAMO *et al.*, 2012; CRUZ *et al.*, 2014; LÓPEZ-GONZÁLEZ *et al.*, 2019), e as evidências apresentadas não asseguram se as empresas familiares são mais ou menos socialmente responsáveis.

Santos e Silva (2018) destacam que as empresas podem ser entendidas como familiares por diversas características peculiares, principalmente pelo o nível de envolvimento da família em áreas como a propriedade, controle e a gestão da organização. Essas empresas são de grande relevância econômica no contexto mundial, e que muitas vezes atuam de maneiras distintas das empresas não familiares (MILLER; MINOCHILLI; CORBETTA, 2013).

No Brasil, em média, 90% das empresas ainda são familiares e representam cerca de 65% do PIB e empregam 75% da força de trabalho do país (EXAME, 2019). Dada a representatividade das empresas familiares na economia mundial e nacional, destaca-se a necessidade de novas pesquisas em busca de uma contribuição sobre como o envolvimento familiar influencia as ações de RSC, principalmente em um contexto institucional ainda inexplorado, como é o caso do Brasil.

1.2 Problema de Pesquisa

De acordo com McWilliams e Siegel (2000), a RSC envolve as ações praticadas pela a empresa no intuito de promover benefício social, além dos interesses próprios e do que é exigido por lei. Ressalta-se que as práticas de RSC são na maioria das vezes exercidas voluntariamente, por isso, existem diferenças na aplicação e manifestação dessas práticas, podendo afetar a dinâmica da RSC. Essas práticas dizem respeito aos resultados ambientais, sociais e econômicos, como por exemplo, ao uso de recursos, a emissões de poluentes, os impactos e a atividade de proteção ambiental, a contribuição para o desenvolvimento da sociedade, utilização de práticas trabalhistas e trabalho decente, direitos humanos, responsabilidade pelo produto, entre outras atividades (GRI, 2019).

Ademais, as empresas podem sofrer influência do contexto ao qual estão inseridas, tanto as características do ambiente sociocultural e econômico, quanto às características organizacionais, internas e externas da organização, consideradas por Le Breton-Miller e Miller (2016) como “contingências moderadoras”, podem influenciar no entendimento sobre a RSC e suas práticas. Como isso, empresas que possuem características distintas, como por exemplo, as empresas de características familiares, podem buscar estratégias específicas e diferentes das demais organizações, buscando legitimar uma postura socialmente responsável perante os seus interessados (SILVA; FOSSÁ, 2014).

Do ponto de vista da agência, o fato de uma empresa ser de propriedade familiar pode influenciar no comportamento dos gestores com relação às práticas gerenciais da organização, principalmente, quando as práticas permitem discricionariedade dos gerentes, como é o caso da adoção de práticas de RSC (LIU *et al.*, 2017).

Dessa forma, considerando que as empresas familiares são, por natureza, organizações únicas e complexas, a forma como se comportam têm sido objeto frequente de estudos (GOMEZ-MEJIA *et al.*, 2011; BERRONE; CRUZ; GOMEZ-MEJIA, 2012; CRUZ *et al.*, 2014; LÓPEZ-GONZÁLEZ *et al.*, 2019). Sendo que, a relação entre o envolvimento familiar e a RSC vem sendo explorada recentemente, e seus estudos são considerados inconclusivos, pois, as evidências muitas vezes são mistas e contraditórias, e não definem se as empresas familiares são mais ou menos socialmente responsáveis (DYER, WHETTEN, 2006; LIU *et al.*, 2017).

Contudo, percebe-se que a literatura existente tem se consolidando no âmbito internacional, principalmente no contexto dos EUA (BERRONE *et al.*, 2010; BLOCK;

WAGNER, 2014; DYER; WHETTEN, 2006) e de maneira iniciante em outros ambientes como na Ásia (CLAESSENS, DJANKOV; LANG, 2000; EL GHOUL *et al.*, 2016), e na Europa (CRUZ *et al.*, 2014). No entanto, a pesquisa ainda continua escassa no cenário brasileiro. Assim, diante desse contexto, busca-se examinar a seguinte questão: **as empresas familiares brasileiras são mais propensas a serem socioambientalmente responsáveis do que as empresas não familiares?**

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste estudo consiste em verificar se as empresas familiares brasileiras são mais propensas a serem socioambientalmente responsáveis do que as empresas não familiares.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar as empresas familiares e não familiares listadas na B3.
- Verificar a probabilidade da apresentação de RSC pelas empresas familiares;
- Analisar se as empresas familiares são mais socioambientalmente responsáveis do que empresas não familiares.

1.4 Justificativa

Através de uma revisão na literatura acerca da relação das empresas familiares e as ações de RSC, percebeu-se que o tema tem sido amplamente explorado no contexto internacional, no entanto, as evidências muitas vezes são mistas e contraditórias (LÓPEZ-GONZÁLEZ *et al.*, 2019).

Destaca-se que, por as empresas familiares possuírem características específicas com relação a propriedade, controle e gestão, sustenta-se a ideia de que essas empresas, possivelmente adotem práticas gerenciais diferentes das demais empresas, influenciando assim no comportamento de RSC.

Assim como apontam alguns estudiosos (MCWILLIAMS; SIEGEL, 2001; GÓMEZ-MEJÍA *et al.*, 2007), as empresas familiares possuem uma forma diferenciada

de realizar suas ações devido ao vínculo social que os familiares têm com suas empresas. Nesse sentido, constata-se que empresas familiares tendem a ter maiores preocupações de reputação do que as empresas não familiares, pois a reputação afeta não apenas o desempenho da empresa, mas também o nome da família (DYER; WHETTEN, 2006). Dessa forma, a reputação corporativa é um dos fatores que sugerem um maior desempenho de RSC para as empresas familiares (EL GHOUL *et al.*, 2016).

Em contrapartida, no âmbito de empresa de controle familiar, pode ainda surgir conflitos de agência, sendo possível que os acionistas controladores busquem priorizar seus interesses individuais (BAE; KANG; KIM; 2002), e com isso, despojar menos atenção a outros delineamentos, como as atividades de RSC (EL GHOUL *et al.*, 2016), configurando um possível fator que pode influenciar negativamente o desempenho de RSC.

Devido aos resultados controversos apresentados na literatura acerca do desempenho de RSC de empresas familiares, e dos distintos fatores considerados como possíveis moderadores do comportamento de empresas familiares em relação a RSC, acredita-se que esta é uma área de estudo ainda a ser explorada, no intuito de fornecer mais evidências sobre se as empresas familiares são mais socialmente responsáveis ou não.

Além disso, a RSC tende a sofrer influência de diferentes ambientes institucionais, fatores econômicos, culturais e sociais, de setores de atuação, além de outros fatores organizacionais, como constatado nos estudos realizados em regiões da América do Norte, Europa e Ásia (BERRONE *et al.*, 2010; BLOCK; WAGNER, 2014; CRUZ *et al.*, 2014; EL GHOUL *et al.*, 2016; LÓPEZ-GONZÁLEZ *et al.*, 2019). Sendo assim, o presente estudo é motivado pela busca de evidências sobre a RSC das empresas familiares no contexto de um país emergente da América Latina. Desse modo, o estudo justifica-se pela lacuna existente de pesquisas sobre RSC nas empresas familiares brasileiras.

Assim, a presente pesquisa pretende fornecer uma avaliação inicial do desempenho da RSC no contexto brasileiro, buscando evidências sobre o comportamento das empresas familiares com relação a adoção de ações de RSC, a fim de contribuir com as discussões teóricas relacionadas ao tema.

Cruz *et al.* (2014) destacam que embora com algumas exceções, a maioria das pesquisas que buscam analisar a relação entre empresas familiares e RSC se concentraram quase exclusivamente em uma única dimensão das ações sociais das empresas. Porém, a presente pesquisa utiliza como indicador de RSC a divulgação de relatórios de

sustentabilidade nos padrões do GRI, que é distribuído nas categorias econômicas, ambientais e sociais, e pela participação no ISE, que se trata de uma ferramenta para análise do desempenho das empresas sob o aspecto da sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa.

Com os resultados a serem obtidos, acredita-se que os mesmos possam contribuir na análise da conjuntura da RSC, agregando evidências que podem auxiliar no entendimento comparativo do comportamento das empresas familiares e as não familiares, frente as responsabilidades sociais e ambientais, em um contexto ainda inexplorado. Além disso, as evidências podem influenciar as empresas que desejam estabelecer práticas de RSC, no intuito de impactar de forma positiva no relacionamento com os *stakeholders* e, conseqüentemente, nos resultados dos seus negócios.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Responsabilidade Social Corporativa

Nos últimos anos, a RSC tem recebido crescente atenção de diversas partes, tais como reguladores, investidores, fornecedores, e pela sociedade em geral (GAO; ZHANG, 2015; DEGENHART; MAZZUCO; KLANN, 2017). As relações entre empresa e a sociedade que envolvem clientes, fornecedores, investidores, governo, colaboradores e demais partes interessas, foram impulsionadas pelo processo de globalização, o qual tornou o ambiente empresarial mais visível, ampliando o foco na necessidade de conscientização sustentável pelas organizações, fortalecendo assim o conceito de RSC (FISCHER; SAWCZYN, 2013).

Nessa conjuntura, Welzel e Lavarda (2016) afirmam que este é um tema que cada vez mais se torna importante no mundo dos negócios. Assim, a RSC tem sido uma questão com progressivo interesse e discussões também na área acadêmica. Os estudos relacionados sobre o tema apontam que o debate sobre RSC ganhou notoriedade a partir dos anos de 1960 (IRIGARAY; VERGARA; ARAÚJO, 2016). Porém, no que tange à definição de RSC, destaca-se que não há consenso em relação ao conceito e também ao escopo da RSC (MCWILLIAMS; SIEGEL, 2000; DEGENHART *et al.*, 2017). Além disso, alguns estudiosos ressaltam que na literatura são encontradas distintas abordagens

no tocante ao direcionamento da RSC (WELZEL; LAVARDA, 2016; ZHAO; ZHANG; KWON, 2018).

Uma dessas abordagens pressupõe que a responsabilidade da organização é usar seus recursos para maximizar o lucro, cumprindo o seu papel com seus acionistas (FRIEDMAN, 1970). Outra importante abordagem é proposta por Carroll (1979), a qual defende que as organizações devem atuar além do foco econômico, assegurando que a responsabilidade social de uma empresa engloba as expectativas econômicas, legais, éticas e “filantrópicas”.

Carroll *et al.* (1991) preconizaram que a RSC seguia um modelo de pirâmide, onde considerava-se a responsabilidade econômica como base desta pirâmide e como suporte para os demais níveis. Esse modelo difere de uma corrente de direcionamento da RSC mais atual, guiada pela abordagem do desenvolvimento sustentável fundamentada no alicerce conceitual da sustentabilidade, denominada de *Triple Bottom Line* ou tripé da sustentabilidade (ELKINGTON, 2012), a qual preconiza a busca do equilíbrio entre os pilares econômicos, sociais e ambientais.

McWilliams e Siegel (2000), por exemplo, definem RSC como as ações que as organizações promovem, além dos interesses da empresa e daquelas exigidas por lei, no intuito de realizar o bem social e de maximizar os lucros. Kansal *et al.*, (2014) afirmam que a RSC é o compromisso da organização em atuar dentro das dimensões econômica, social e ambiental, reconhecendo os interesses das partes interessadas. Para Welzel e Lavarda (2016), a RSC é a implementação da sustentabilidade na esfera corporativa.

De modo geral, pode-se considerar RSC como as ações desenvolvidas pelas organizações que visam não apenas os lucros e o aumento do valor da empresa, mas também o compromisso frente às questões ambientais e sociais para a satisfação dos interesses de um conjunto amplo de partes interessadas. As relações entre a empresa e a sociedade que envolvem clientes, fornecedores, investidores, governo, colaboradores e demais partes interessadas, foram impulsionadas pelo processo de globalização, o qual tornou o ambiente empresarial mais visível, ampliando o foco na necessidade de conscientização sustentável pelas organizações, fortalecendo assim o conceito de RSC (FISCHER; SAWCZYN, 2013).

Assim, dada a importância do tema para o meio social e corporativo, muitos estudiosos têm se concentrado em analisar as lentes teóricas capazes de suportar a evolução dos estudos sobre RSC, (FRYNAS; YAMAHAKI, 2016) e, como também, as

motivações que levam as organizações a se engajarem com a adoção e divulgação das práticas de RSC.

Por muitas vezes a RSC pode ser percebida como uma obrigação legal, no entanto, na maioria das vezes, trata-se de um comportamento responsável discricionário no sentido ético e social (ALAMEIDA, NEUMANN E SANCHES, 2018). Dessa forma, as motivações para a adoção de práticas gerenciais direcionadas à RSC podem ser diversas.

Para alguns gestores, o uso de uma estratégia que contemple ações socioambientais só ocorrerá no sentido de que estas possam levar a benefícios financeiros e operacionais além de vantagens competitivas e sustentabilidade nos negócios (DEGENHART; MAZZUCO; KLANN, 2017).

A importância atribuída as práticas socioambientais corporativas ensejou na preocupação dos gestores em evidenciar e demonstrar ações com preocupação social e ambiental para garantir a legitimidade e mostrar que o sistema de valores sociais da empresa está em congruência com os interesses de todas as partes (PELUCIO GRECCO; GERON; GRECCO, 2017).

Na visão de Scholtens e Kang (2013), por exemplo, as organizações que adotam ações de RSC tendem a sinalizar um comportamento que busca promover o bem social, construindo assim uma boa imagem corporativa e um maior nível de reputação. Presume-se, então, que a falta de RSC pode acarretar consequências negativas, como por exemplo, relacionadas à imagem e reputação da organização, podendo prejudicar o horizonte em longo prazo (BERRONE *et al.*, 2012).

Deve-se considerar, portanto, que a sociedade exerce pressão para que as organizações adotem práticas socialmente responsáveis (WELZEL; LAVARDA, 2016). Dessa forma, as empresas precisam legitimar suas atividades continuamente a fim de manter a congruência entre os objetivos da sociedade e da organização. Ressalta-se que a importância da divulgação das informações de cunho social e ambiental, dentro desse contexto, é apontada como um dos principais instrumentos de legitimação da RSC (IRIGARAY *et al.*, 2016).

2.1.1 Abordagem Teórica

No campo da RSC, diferentes teorias têm sido utilizadas para explicar os distintos níveis de análise de direcionamento da RSC. A partir do estudo de Frynas e Yamahaki

(2016), que revisou as teorias adotadas em mais de 400 pesquisas acadêmicas sobre a RSC no período de 1990 a 2014, foi possível distinguir dois diferentes direcionadores utilizados para explicar o comportamento das empresas no tocante a RSC.

O primeiro direcionador está relacionado aos impulsionadores externos, que tendem a se concentrar nas relações entre a empresa e a sociedade. Nessa perspectiva, a teoria dos *stakeholders* configurou-se como uma abordagem bastante utilizada nesse âmbito. Com relação ao segundo direcionador, Frynas e Yamahaki (2016) afirmam que este se refere aos impulsionadores internos, os quais enfocam os processos dentro das organizações, considerando a RSC como o resultado de decisões gerenciais. A teoria da agência representa a lente mais utilizada para explicar o papel dos processos internos nas práticas de RSC, no entanto, esta perspectiva interna apresenta-se bem menos explorada do que a exterior (FRYNAS; YAMAHAKI, 2016).

Outra importante teoria utilizada para a compreensão da RSC e que apresenta relação com as diferentes lentes teóricas utilizadas, trata-se da teoria da legitimidade, cuja suposição fundamental infere que as empresas operam com base no contrato social com a sociedade, e sua sobrevivência e crescimento dependem de legitimar a RSC para manter a congruência entre a sociedade e os objetivos organizacionais (FRYNAS; YAMAHAKI, 2016).

Embora tanto a teoria dos *stakeholders* quanto a teoria da agência são capazes de elucidar a RSC, a teoria da legitimidade possui uma visão mais geral do sistema social e ambiental (MAZZER, 2015). Diante desta perspectiva, no presente estudo a lente teórica usada para avaliar as ações de RSC das empresas é a teoria da legitimidade.

2.1.2 Teoria da Legitimidade

A Teoria da Legitimidade aborda a relação da empresa com o meio ambiente e a sociedade, a qual propõe que as empresas tentam legitimar suas ações para que estas tornem-se adequadas e desejáveis dentro de um sistema social constituído por normas, valores, crenças e definições. (SUCHMAN, 1995; DEEGAN, 2002; DEEPHOUSE; CARTER, 2005).

Seguindo a teoria da legitimidade, as empresas devem legitimar continuamente suas atividades para manter a congruência entre os objetivos da sociedade e da organização (DEEGAN, 2002; FRYNAS; YAMAHAKI, 2016). Para Almeida, Neumann

e Sanches (2018) a evidenciação de informações pode ser uma estratégia de legitimação. Dessa forma, assumindo-se que as organizações estão sendo cada vez mais monitoradas pelos *stakeholders* e a sua continuidade requer o apoio dos mesmos, entende-se que seja plausível a necessidade de as empresas informarem como lidam com os impactos que elas geram no meio ambiente e na sociedade.

Presume-se, portanto, que os aspectos da responsabilidade socioambiental corporativa transcorrem pelo escrutínio ético e moral de seus *stakeholders*, o que tornaria as empresas mais comprometidas com a RSC assumindo uma posição estratégica com relação à reputação e legitimação social de suas atividades. (JOSEPH *et al.*, 2018). Assim, ao adotar a política de RSC e divulgá-la ou ao fazer parte dos índices de RSC a empresa sinaliza sua preocupação com a RSC ao mercado e a sociedade como um todo (CRISÓSTOMO; OLIVEIRA, 2016).

A partir dessa perspectiva, a teoria da legitimidade tem sido amplamente aplicada no escopo da literatura que investiga a motivação das empresas a desenvolverem práticas de RSC (O'DONOVAN, 2002; PANWAR *et al.*, 2014; CRISÓSTOMO; OLIVEIRA, 2016; DUFF, 2017). No estudo de O'Donovan (2002) que buscou investigar se a teoria da legitimidade seria uma provável explicação para o aumento das divulgações ambientais desde o início dos anos 80, os resultados obtidos indicaram o apoio à teoria da legitimidade como fator explicativo das divulgações ambientais, percebendo-se também que na amostra pesquisada a utilização de táticas específicas a fim de obter, manter ou reparar a legitimidade.

No entanto, segundo Panwar *et al.* (2014) os critérios de concessão de legitimidade estão enraizados em valores e crenças da sociedade, e mesmo programas de RSE bem-intencionados e bem executados podem não legitimar as organizações, indicando que as reivindicações de RSC de grandes empresas de capital aberto podem não ser consideradas credíveis, talvez por causa da atenção prévia ou contínua da mídia, enfatizando problemas de lavagem verde ou escândalos de RSC.

Outro ponto a ser destacado é que, na maioria dos casos, a adoção e manifestação das práticas socioambientais são deixadas ao critério da corporação podendo serem em grande parte afetadas por quem é o proprietário da empresa ou por diversos outros fatores internos ou externos, os quais podem influenciar na busca pela legitimação, não deixando claro como as empresas dão prioridade às diversas reivindicações socioambientais feitas por esses grupos de partes interessadas (BERRONE *et al.*, 2010).

No caso de empresas familiares, por exemplo, Berrone *et al.* (2010) argumentam que a busca pela legitimidade pode operar de maneira diferente, assumindo-se que, em muitos casos, a família conecta seu nome e reputação ao seu negócio, e conseqüentemente, espera-se que as empresas familiares estejam mais dispostas a endossar qualquer prática social que melhore sua imagem e legitimidade no mercado. Por outro lado, Laguir e Elbaz (2014) acreditam que as empresas familiares podem diminuir seus esforços com ações de RSC a fim de proteger seus próprios interesses.

De fato, pode-se considerar que empresas familiares e não familiares operam de maneiras diferentes em relação às iniciativas para um comportamento mais sustentável devido às diferentes prioridades para preservar suas riquezas e principalmente pela distinção que as empresas familiares podem fazer ao longo de sua vida; isto é, dando mais importância à proteção de sua imagem e reputação ou deixando que seu poder de controle e influência na empresa ultrapasse seus interesses individuais (BERRONE *et al.*, 2012).

Portanto, a adoção de certas práticas gerenciais pode sofrer influências de diversas contingências que moderam o comportamento corporativo em direção a uma abordagem mais socioambiental. Assim, não obstante as razões de divulgação de RSC, as preocupações com a legitimidade influenciam as empresas, no propósito de legitimar as atividades das empresas e garantir a aceitabilidade de todos os seus *stakeholders*.

2.1.3 *Disclosure* da RSC

Uma postura voltada para a orientação social e para partes interessadas muitas vezes levam as empresas a adotar mecanismos para legitimar seu comportamento confiável, como por exemplo, divulgar informações de forma voluntária (CENNAMO *et al.*, 2012).

A evidenciação voluntária de informações que dizem respeito às ações socialmente responsáveis, tem como objetivo buscar legitimação no ambiente em que se inserem, atendendo às demandas das partes interessadas e o bem-estar da sociedade, além de sinalizar a transparência da empresa que pode elevar o nível de reputação, contribuindo para uma imagem organizacional positiva no mercado (BALLESTEROS *et al.*, 2015).

A comunicação das ações de RSC podem se dar através de relatórios sociais e/ou relatórios de sustentabilidade. Esses modelos de *disclosure* buscam informar os *stakeholders* a relação da riqueza gerada pela organização e como está sendo revertida para a sociedade. A análise do que é divulgado pelas empresas nesses relatórios é

considerada uma das técnicas para mensuração do desempenho da RSC (MAZZER, 2015).

No contexto de divulgação de informações socioambientais, o *Global Reporting Initiative* (GRI) destaca-se como a plataforma de relatório de sustentabilidade mais utilizada no mundo, abordando questões críticas como mudança climática, direitos humanos, governança e bem-estar social, no intuito de contribuir para a análise das ações das empresas pelas múltiplas partes interessadas (GRI, 2019).

Conforme Mazzer (2015), um dos motivos para a grande adoção do GRI é que as diretrizes para a elaboração dos relatórios de sustentabilidade propõem uma aplicação inter-relacionando as dimensões econômicas, sociais e ambientais, abordando aspectos qualitativos e quantitativos, reduzindo as incertezas e aumentando a legitimidade da organização.

Além da divulgação nos relatórios, as empresas buscam outras formas de reportar seu engajamento com a RSC. Um exemplo, de outra forma utilizada se refere a participação de índices de sustentabilidade, como o Índice Dow Jones de Sustentabilidade (*Dow Jones Sustainability Index - DJSI*), criado pela bolsa norte-americana para acompanhar o comportamento das empresas listadas com relação às suas práticas ambientais, sociais e econômicas, a fim de proporcionar aos investidores mais informações do desempenho sustentável de suas carteiras (SOARES, 2016).

No âmbito brasileiro, a B3 (Brasil, Bolsa, Balcão) criou em 2005 o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). O ISE é composto por uma carteira de no máximo 40 empresas, dentre as 200 com ações mais negociadas na bolsa e que participam do índice voluntariamente. O intuito do ISE é demonstrar o desempenho sustentável das empresas listadas na bolsa de valores brasileira, servindo como ferramenta para análise comparativa do desempenho das empresas sob o aspecto da sustentabilidade corporativa ([B]3, 2019).

Segundo Brooks e Oikonomou (2018), o *disclosure* voluntário de informações, como, por exemplo, as ações de RSC, indicam maior transparência das informações da organização e pode gerar maior credibilidade para as organizações que as divulgam. Nesse contexto, a importância atribuída pelos os investidores a tais relatórios e índices dão indícios de que as ações de RSC praticadas pelas as empresas têm configurado um dos fatores determinantes para a composição da carteira de investimentos.

Cabe ressaltar que, como a divulgação da responsabilidade social e ambiental é realizada principalmente de forma voluntária, isto pode acarretar na falta de uniformidade

dos relatórios e na ausência de objetividade e comparabilidade das informações (DEEGAN, 2002). Além disso, as empresas podem se utilizar desta ferramenta com o propósito de influenciar a percepção da sociedade para com a organização, divulgando a prática de ações positivas, mas não verídicas, o que gera a falta de credibilidade destes relatórios (PANWAR *et al.*, 2014).

Dessa forma, as possíveis motivações para as empresas divulgarem informações sociais e ambientais não obrigatórias e os possíveis efeitos que essas divulgações podem ocasionar nas organizações tem ensejado estudos empíricos sobre o porquê as empresas se engajam em RSC.

2.2 Empresas Familiares

As empresas familiares destacam-se como organizações de grande importância econômica e predominância no cenário corporativo mundial (BALLESTEROS *et al.*, 2015). Embora ainda não haja um consenso com relação a definição de empresas familiares, os conceitos existentes enfatizam as características peculiaridades dessas organizações e que às diferem das demais empresas.

A definição proposta por Chua, Chrisman e Sharma (1999) apresenta-se como uma das mais aceitas na literatura, e ela estabelece que as características das empresas familiares incluem uma abordagem comportamental sobre os aspectos da propriedade familiar, envolvimento dos membros da família na gestão e governança e intenção de sucessão familiar. Outra definição amplamente utilizada pelos estudiosos é proposta por Chen, Chen e Cheng (2008), indicando que as empresas familiares correspondem as companhias onde membros da família fundadora estão envolvidos em posições fundamentais de gerenciamento e tomada de decisão.

No entanto, as definições de empresas familiar estabelecidas pelos pesquisadores muitas vezes são discordantes. Na perspectiva de La Porta *et al.* (1999), a empresa pode ser considerada como familiar quando possui o controle de 15% ou mais dos direitos de voto. Para Barth, Gulbrandsen e Schonea (2005) uma empresa é familiar quando uma pessoa ou família possui 33% das ações da empresa. Já no ponto de vista de Miller *et al.*, (2007) uma empresa é classificada familiar quando vários membros da família são proprietários, e possui 5% ou mais de ações da empresa, ou participam da gestão, simultaneamente.

Percebe-se que as definições tratam a participação familiar de duas formas distintas, sendo uma de maneira mais abrangente, e outra de maneira mais restrita. Dentre os aspectos mais utilizados para a definição estão o percentual de participação e de controle, o envolvimento na gestão, além da intenção de sucessão da família na empresa (ORO; LAVARDA, 2014). Liu *et al.* (2017) ressaltam que propriedade familiar, a gestão familiar e o controle familiar do conselho são os indicadores mais importantes das empresas familiares.

Como a propriedade e controle são considerados pressupostos básicos para determinação de uma empresa familiar, cabe destacar a importância da distinção entre propriedade e controle pois, de acordo Liu *et al.* (2017), a propriedade de uma companhia pode ser dividida entre inúmeros acionistas, enquanto o controle é retido a uma parcela de ações em posse de uma pessoa ou de um pequeno grupo.

Com relação a gestão, esta é normalmente verificada pela participação das famílias na diretoria executiva e no conselho de administração. Destaca-se que as empresas cujo controle acionário é familiar tendem a escolher os seus gestores, assim, correntemente, quando a propriedade ou o controle é familiar, a gestão tende a ser familiar (MOURA; BEUREN, 2017).

Devido a essas características peculiares, muitas pesquisas buscaram identificar como as empresas familiares operam e quais as diferenças com relação às empresas não familiares (MILLER *et al.*, 2007; LIU *et al.*, 2017; MILLER; MINICHILLI; CORBETTA, 2013). A literatura sobre o tema aponta que o envolvimento familiar na empresa tanto pode gerar custos, como também, benefícios (SILVA; SOUZA; KLANN, 2016).

Um dos aspectos apontados neste sentido discorre sobre os conflitos de agência. De acordo com essa teoria as empresas controladas por famílias deveriam ter menos conflitos entre acionistas e administradores do que as empresas não controladas por famílias (JENSEN; MECKLIN, 1976). A teoria da agência tem sido tomada como uma das bases conceituais para análise de comportamento das empresas familiares, pois muitos estudiosos afirmam que a participação familiar nas atividades diretas da empresa propicia maior acesso as informações e com isso, menor assimetria informacional (CHAU; GRAY, 2002; CHEN *et al.*, 2008), além de alinhamento dos interesses entre controladores e gestores.

Por outro lado, Ward (2002) assegura que o envolvimento familiar pode levar a relações mais complexas, ocasionando situações adversas entre as necessidades do

negócio e os interesses familiares, e aumentando o conflito de agência entre os interesses dos controladores e dos acionistas não membros da família (LA PORTA *et al.*, 1999). Para Lanzarin, Moura e Mazzioni (2018), as empresas familiares buscam a continuidade da organização e, assim, investem na maximização do valor da empresa. Nesse caso, os acionistas podem ser beneficiados mesmo que indiretamente, podendo diminuir os custos de agência.

Já Berrone *et al.*, (2012) destacam que essa visão de continuidade e sobrevivência determinam uma orientação voltada para o longo prazo, marcada pelo o interesse de manter a propriedade da empresa e a sucessão familiar, buscando melhorar o desempenho e aumentar os lucros. Sharma, Chrisman e Chua (1997) e Anderson e Reeb (2003) defendem que as empresas familiares além de objetivar maximizar os lucros, também são fortemente influenciadas por objetivos não financeiros, tais como identidade, reputação, longevidade e preservação de uma imagem pública positiva. Assim, além de prezar pelo desempenho, a empresa tem como objetivo manter a reputação do nome da família (DYER; WHETTEN, 2006).

Nessa perspectiva, Le Breton-Miller e Miller (2016) sugerem que existem fortes laços emocionais entre a empresa, a família e o ambiente ao qual a empresa está inserida, acrescentando maior integração com a comunidade e com às partes interessadas. De acordo com esse ponto de vista, contrapondo a perspectiva da teoria da agência, considera-se que os relacionamentos da empresa não compreendem apenas principal-agente ou agente-principal, mas também, envolve os relacionamentos interdependentes entre as partes interessadas representadas por todos os grupos ou indivíduos que podem afetar ou ser afetados pelas atividades da empresa (NEKHILI *et al.*, 2017).

Alguns pesquisadores argumentam que a presença do envolvimento da família cria um conjunto de atitudes para gerar uma imagem confiável e fomentar a confiança dos *stakeholders* na empresa, mantendo as relações favoráveis com todos os interessados (MILLER *et al.*, 2007; NEKHILI *et al.*, 2017). Dessa forma, essa abordagem relacional e uma orientação de longo prazo podem influenciar o comportamento operacional da organização propondo maior responsabilidade social em relação a comunidade, fornecedores, clientes e demais interessados.

Depreende-se, portanto, que as características peculiares e suas respectivas vantagens e desvantagens influenciam a forma como são tomadas as decisões na organização e conseqüentemente como os *stakeholders* das empresas familiares são percebidos e coordenados.

2.2.1 Empresas Familiares e RSC

Apesar dos esforços para identificar como as empresas familiares operam com relação as iniciativas ambientais e sociais e além do interesse da firma (MCWILLIAMS; SIEGEL, 2001), a literatura ainda se depara na falta de consenso sobre se o envolvimento familiar pode apresentar aspectos positivos para a empresa ou se as empresas familiares são mais ou menos socialmente responsáveis.

Uma corrente de estudiosos acredita que a maioria das empresas familiares não consideram as práticas de RSC como vantagens competitivas, mas sim como práticas que acarretam custo, ao invés de oportunidade (DÉNIZ; MARTÍN; SUÁREZ, 2005). Além disso, acreditam que os proprietários da família estão mais interessados na lucratividade do que nas questões sociais e ambientais (MORCK; YEUNG, 2004; BURAK; MORANTE, 2007).

Em contrapartida, outros estudiosos defendem que as empresas familiares podem ser socialmente mais responsáveis. O estudo de Berrone *et al.* (2010) evidenciou que as empresas familiares adotam mais estratégias socioambientais do que as empresas não financeiras, pois as principais preocupações dos proprietários da família são proteger e melhorar a imagem e reputação da família. Da mesma forma, Cennamo *et al.* (2012), asseguraram que empresas familiares são fortemente influenciadas por objetivos não financeiros e, por isso, tendem a se engajar em atividades de RSC de forma proativa para garantir um desempenho mais favorável no atendimento às demandas das partes interessadas.

Em contrapartida, os achados de Laguir e Elbaz (2014), evidenciaram que as empresas gerenciadas por familiares apresentam menor RSC do que aquelas não gerenciadas. Ainda nesse sentido, o estudo de Ballesteros *et al.* (2015) indicou que as empresas familiares tendem a divulgar menos informações sobre práticas ambientais, a fim de evitar custos. Os resultados desse estudo ainda indicaram que, em geral, quanto maior a proporção de conselheiros independentes, maior o nível de divulgações de informações de RSC.

Para El Ghoul *et al.* (2016), o desempenho da RSE é menor para as empresas familiares onde têm maiores custos de agência, pois as empresas familiares tendem a usar suas posições dominantes na organização para desviar recursos de atividades de RSC para

outros projetos. Ademais, El Ghoul *et al.* (2016) destacaram que em países com menor liberdade de imprensa, mais conexões políticas e proteção mais fraca dos investidores, as empresas familiares são menos propensas a investir em RSC.

Já a pesquisa de Le Breton-Miller (2016) não identificou relação entre empresas de propriedade familiar e a tendência de se engajarem mais ou menos em atividades de RSC. À vista disso, esses autores propuseram que fatores contingenciais, tais como, valores familiares, formações educacionais, arranjos de governança, fatores organizacionais e forças ambientais, podem influenciar a análise do comportamento das empresas familiares quanto a relação com a RSC.

No entanto, Liu *et al.* (2017) destacaram que, na busca de manter a legitimidade, as empresas familiares adotam mais práticas de RSC. Assim, a influência dos *stakeholders* pode determinar as prioridades que os gerentes devem ter para atender às demandas do negócio (HIRIGOYEN; POULAIN-REHM, 2014). Ainda nesse sentido, o estudo de López-González *et al.* (2019) evidenciou um maior comprometimento das empresas familiares em relação às questões sociais e ambientais, visando a satisfação das necessidades de todas as partes interessadas além da intenção de preservar a riqueza socioemocional e a continuidade da empresa.

Assim, diante desses estudos, percebe-se que as preocupações das empresas familiares podem ir além dos objetivos financeiros. As organizações têm se empenhado também com aspectos relacionados à identidade, reputação, longevidade e preservação de uma imagem positiva, sendo mais responsivas quanto à RSC e às partes interessadas.

Dessa forma, tendo em vista as controvérsias apresentadas na literatura acerca da relação entre empresas familiares e a importância atribuída as práticas de RS, formulou-se a seguinte hipótese da pesquisa:

Hipótese 1 (H1): As empresas familiares brasileiras são mais propensas a serem socioambientalmente responsáveis do que as empresas não familiares.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Tipologia da Pesquisa

Esta pesquisa tem como objetivo examinar o efeito da presença familiar na empresa com relação ao desempenho de práticas de RSC, verificando se empresas familiares são mais propensas a serem socioambientalmente responsáveis do que as empresas não familiares. Para atender ao objetivo proposto e ao problema relacionado, utilizou-se dados secundários. A pesquisa é caracterizada como descritiva e de abordagem quantitativa.

A pesquisa quantitativa faz uso de recursos estatístico para realizar inferências, a partir de amostras de uma população, e sobre bases teóricas propostas para definição hipóteses. Considerado, portanto, o que pode ser quantificável, para posterior tratamento e análise (KIRSCHBAUM, 2013).

Assim, para garantir a objetividade dos resultados, optou-se pelo método estatístico de regressão logística sendo um modelo de painel *logit*, uma vez que esse método pode ser utilizado para expressar a probabilidade da ocorrência de determinada situação, a qual é expressa por variáveis dependentes binárias. A regressão logística trata-se de uma técnica estatística que permite estimar a probabilidade de ocorrência de determinado evento em face de um conjunto de variáveis explanatórias (DIAS FILHO; CORRAR, 2007). Dessa forma, como a *proxy* utilizada para mensurar a RSC corresponde a uma variável dependente binária, utiliza-se a regressão logística pois, permite expressar a razão de chances de a empresa apresentar comportamento de RSC.

3.2 População, Amostra e Coleta de Dados

A população deste estudo compreendeu as companhias brasileiras de capital aberto listadas na B3 e com dados disponíveis no banco de dados da Thomson Reuters®. A amostra foi composta por 2.106 observações referente a 234 empresas no intervalo de dados anuais entre 2010 a 2018. Para delimitar a amostra, foram excluídas as empresas que não continham dados suficientes para cálculo de todas as variáveis durante o período de análise, e as empresas financeiras, por possuírem características particulares. Sendo

assim, a amostra final da pesquisa foi composta conforme Tabela 1 e distribuída de forma setorial.

Tabela 1 – Distribuição da amostra por setor

Setor econômico	Nº de empresas	Nº de Observações	% Total
Material Básico	24	234	11,10%
Bens Industriais	41	369	17,50%
Consumo não cíclico	18	162	7,70%
Utilidade Pública	43	387	18,40%
Consumo cíclico	76	684	32,50%
Telecomunicações	8	72	3,40%
Petróleo, gás e biocombustíveis	7	63	3,00%
Saúde	9	81	3,80%
Tecnologia da informação	6	54	2,60%
TOTAL	234	2106	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A escolha do período de análise foi delimitada com o propósito de alinhamento da adoção das *Internacional Financial Reporting Standards* (IFRS) por parte das empresas brasileiras. Acredita-se que, a partir da padronização internacional das normas, as empresas possam apresentar maior conformidade nas suas práticas contábeis, proporcionando um maior nível de comparabilidade. Nesse sentido, o corte temporal do estudo concentrou-se no período de 2010 a 2018, que corresponde ao último ano com dados disponíveis.

Quanto a coleta de dados, as informações referentes a variável RSC, foram coletadas nos sites das organizações por meio dos relatórios de sustentabilidade no que se refere a utilização do GRI e no site da B3 no que tange a participação no ISE, enquanto as informações acerca da classificação das empresas em familiares e não familiares foram consultadas nos Formulários de Referência disponibilizados no site da B3. No que tange às variáveis de controle utilizadas no estudo, estas foram extraídas do banco de dados da Thomson Reuters®.

3.3 Definição das variáveis e modelo econométrico

3.3.1 Variável Dependente

De acordo com Orlitzky, Schimitdt, Rynes (2003) e Soares (2016), as formas de mensuração mais utilizadas para capturar a RSC são: índices de reputação que classificam as empresas de acordo com o seu desempenho de práticas de RSC, como por exemplo,

Fortune Magazine (WARTICK, 2002), DJSI - Dow Jones Sustainability Indexes (LÓPEZ; GARCIA; RODRIGUEZ, 2007), ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial (MAZZER, 2015, CRISÓSTOMO; OLIVEIRA, 2016), o *ranking Global 100* (SILVA, 2017); e o *disclosure*, realizado pelas empresas através de relatórios de responsabilidade ou relatórios anuais (FISHER; SAWCZYN, 2013; MAZZER, 2015).

Dessa maneira, para determinar a variável RSC das empresas do presente estudo, foram consideradas duas formas de abordagens, a divulgação de relatório anuais e de sustentabilidade alinhados às diretrizes do GRI ou a participação da empresa no ISE. Assim, a *proxy* para a RSC da empresa representa uma variável categórica denominada RSC, sendo definida como (1) caso a empresa tenha divulgado relatório de sustentabilidade pelos padrões do GRI ou tenha feito parte da carteira de empresas que compõe o ISE, e (0) caso contrário, ou seja, a empresa não tenha divulgado relatório de sustentabilidade pelos padrões do GRI ou não tenha feito parte do ISE.

Cabe destacar que o padrão GRI se destaca como o primeiro modelo de *disclosure* voluntário e o mais adotado em todo o mundo, sendo projetado para relatar os tópicos econômicos, ambientais ou sociais de uma organização, seus impactos relacionados e como eles são gerenciados (GRI, 2019). Com relação a utilização do índice para mensurar a RSC, segue-se a premissa de Liston-Heyes e Ceton (2009) que sugerem a capacidade dos índices em refletir o comportamento das organizações em termos de RSC à medida que os critérios adotados para a inclusão das empresas nesses índices refletem suas ações relacionadas ao RSC. Como é o caso do ISE, primeiro índice no contexto da América Latina, que tem como propósito formar uma carteira de empresas listadas na B3 que se diferenciam das demais empresas pela performance diante à responsabilidade social e sustentabilidade empresarial ([B]3, 2019).

3.3.2 Variável independente

Estudos anteriores sobre empresas familiares (LA PORTA *et al.*, 1999; ANDERSON; REEB, 2003; CHRISMAN; PATEL, 2012; MARTINEZ; RAMALHO, 2014; SILVA; SOUZA; KLANN, 2016; GOES *et al.*, 2017) tendem a considerar uma empresa como familiar quando ocorre o envolvimento da família na propriedade, controle e gestão da organização.

Nesse estudo, a classificação da empresa como familiar submete-se ao atendimento dos três critérios (propriedade, controle e gestão), simultaneamente. Sendo

assim, o critério utilizado para definir a propriedade familiar corresponde ao percentual de participação dos membros familiares como acionistas controladores, configurando a um valor superior de 15% das ações ordinárias (LA PORTA *et al.*, 1999; CRUZ *et al.*, 2014; MARTÍNEZ; RAMALHO, 2014; LÓPEZ-GONZÁLEZ *et al.*, 2019). Assim, criou-se uma variável categórica, que recebe o valor de (1) se o acionista for um membro da família com mais de 15% de participação das ações ordinárias, e (0) caso contrário, ou seja, se não houver acionista membro da família ou se houver e a participação for menor de 15% das ações ordinárias.

Da mesma forma, para capturar o controle familiar, foi observado o percentual de ações ordinárias em posse dos acionistas controladores (ANDERSON; REEB, 2003) admitindo uma variável *dummy* igual a (1) se houver existência de percentual de ações ordinárias em posse dos acionistas controladores, e (0) caso contrário, ou seja, se não houver existência de percentual de ações ordinárias em posse dos acionistas controladores membros da família.

Enquanto para identificar o envolvimento da família na gestão foi observado se há presença de membros da família no conselho de administração (LA PORTA *et al.* 1999), sendo admitido o valor (1) se algum membro da família faz parte do Conselho de Administração, e (0) caso contrário, quando não nenhum membro da família no Conselho de Administração.

Portanto, a variável que representa a classificação de empresa familiar (EMP_FAMILIAR) é formada pelo envolvimento de membro da família na propriedade, controle e gestão da organização, simultaneamente. Essas informações são fornecidas pelas companhias através de formulários de referência disponibilizados no sítio da B3, no qual as empresas de capital aberto listadas em bolsa são obrigadas pela legislação a fornecer (LEI nº 11.638, 2007).

3.3.3 Variáveis de Controle

As variáveis de controle incluídas no modelo, de acordo com estudos anteriores de (CAMPBELL, 2007; CRUZ *et al.*, 2014; EL GHOUL *et al.*, 2016; LÓPEZ-GONZÁLEZ *et al.*, 2019), são fatores que podem afetar o desempenho de RSC. Portanto, foram utilizadas o tamanho (TAM), medido pelo logaritmo natural do ativo total, a idade da empresa (IDA) medida pelos anos decorridos desde a data de fundação constante no registro da CVM, e declarada também no formulário de referência divulgado na B3, a

rentabilidade por medida pelo lucro líquido sobre o patrimônio líquido (ROE) e pelo retorno sobre o ativo (ROA), a alavancagem (ALAV) medida pelo passivo total sobre o patrimônio líquido e, por fim, o endividamento (END) obtido pela relação do passivo total sobre o ativo total.

Com relação ao tamanho, entende-se que as grandes empresas estão sujeitas a pressões mais rigorosas por parte da mídia, do público, e aspectos legais também a depender do nível de impacto em questão envolvendo grande número de interessados, aumentando assim o comprometimento com os *stakeholders* e a probabilidade atuar de forma socialmente mais responsável (CRUZ *et al.* 2014).

Em termo da idade da empresa, acredita-se que empresas que atuam há mais tempo no mercado apresentam melhores mecanismos de gestão. Além disso, como sugerido por El Ghoul *et al.* (2016), as empresas familiares buscam estabelecer uma reputação favorável frente aos seus *stakeholders* pois a reputação afeta não apenas o desempenho da empresa, mas também o nome da família, e por sua vez, para melhorar a reputação da empresa e da família, as empresas tendem a se engajar mais em práticas relacionadas a RSC.

A relação da rentabilidade com a RSC é posta no sentido que uma maior rentabilidade fornece recursos para as empresas, e assim, oferece uma maior possibilidade de engajamento na RSC (CAMPBELL, 2007; RUF *et al.*, 2001). Assim, pode-se considerar que um maior desempenho financeiro levará os gerentes a desenvolver moderadamente o desempenho da RSC, a fim de aumentar a lucratividade da empresa, enquanto, um desempenho financeiro fraco os levará a desenvolver significativamente o desempenho social.

E por fim, a respeito da alavancagem, El Ghoul *et al.* (2016), ressaltam que uma empresa estando com forte capacidade de recursos em relação ao patrimônio líquido, tende a adotar ações socialmente mais responsáveis, indicando uma relação positiva entre a alavancagem da empresa e a RSC. Já a relação do endividamento pode ser suportada na premissa de que os gestores de empresas com maior endividamento buscam evidenciar mais informações como forma de satisfazer seus *stakeholders* ou de gerenciar resultados (HAGA *et al.* 2018). Assim, espera-se uma relação positiva entre essas duas variáveis.

3.3.3 Modelo Econométrico

Para examinar o comportamento das empresas familiares com relação a atuação de RSC, foi utilizado o seguinte modelo de regressão:

$$RSC_{it} = \beta_0_{it} + \beta_1 EMP_FAMILIAR_{it} + \beta_2 ROE_{it} + \beta_3 ROA_{it} + \beta_4 END_{it} + \beta_5 ALAV_{it} + \beta_6 TAM_{it} + \beta_7 IDA_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

Em que:

RSC_{it} = Variável dependente que representa responsabilidade social corporativa expressa pela adoção do padrão GRI nos relatórios de sustentabilidade ou pela participação da empresa no ISE da empresa no período t;

$EMP_FAMILIAR_{it}$ = Variável independente que representa empresa de considerada familiar simultaneamente na propriedade, no controle e na gestão da organização no período t;

ROE_{it} = Variável de controle que representa a rentabilidade expressa pelo retorno sobre o patrimônio líquido da empresa no período t;

ROA_{it} = Variável de controle que representa a rentabilidade expressa pelo retorno sobre os ativos da empresa no período t;

END_{it} = Variável de controle que representa o endividamento da empresa no período t;

$ALAV_{it}$ = Variável de controle que representa a alavancagem da empresa no período t.

TAM_{it} = Variável de controle que representa o tamanho da empresa no período t;

IDA_{it} = Variável de controle que representa a idade da empresa no período t;

Para melhor compreensão das variáveis utilizadas neste estudo, o Quadro 1 apresenta o resumo das métricas utilizada para identificar as variáveis da amostra, as descrições, fórmulas utilizadas e as fontes de referências para a formação das mesmas.

Quadro 1 – Descrição das Variáveis

Variáveis	Descrição	Fórmula	Referências
Variável Dependente			
RSC	Variável <i>dummy</i> de acordo com a divulgação de RS em conformidade com o padrão GRI, ou com a participação da empresa no ISE	1 = Segue o padrão GRI, ou compõe o ISE. 0 = Não segue o padrão GRI; não compõe o ISE	Teixeira; Nossa; Funchal (2011); Fisher; Sawczyn (2013); Mazzer (2015).

			Crisóstom; Oliveira, (2016).
Variável Independente			
EMP. FAMILIAR	Possui membro da família fundadora: - Propriedade = possuir acima de 15% das ações ordinárias - Controle = ações ordinárias em posse de acionistas controladores - Gestão = membro no Conselho de Administração	1 = Familiar (possui membro da família na propriedade, controle e gestão). 0 = Não familiar (não possui membro familiar)	La Porta et al., (1999); Anderson; Reeb, (2003); Martinez; Ramalho, (2014); Silva; Souza; Klann (2016); López-González et al., (2019); Santos; Silva (2018).
Variáveis de Controle			
ROE	Rentabilidade, representada pela razão entre o Lucro Líquido e o Patrimônio Líquido da empresa <i>i</i> no ano <i>t</i> .	$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Patrimônio Líquido}}$	Ruf <i>et al.</i> (2001); Campbell (2007);
ROA	Rentabilidade, representada pela razão entre o Lucro Líquido e o Ativo Total da empresa <i>i</i> no ano <i>t</i>	$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Ativo Total}}$	Crisóstomo e Oliveira (2016); El Ghoul <i>et al.</i> , (2016).
END	Endividamento, representado pela razão entre o Passivo Total e o Ativo Total	$\frac{\text{Passivo Total}}{\text{Ativo Total}}$	HAGA <i>et al.</i> , (2018); López-González <i>et al.</i> , (2019).
ALAV	Alavancagem, representada pela razão entre o Passivo Total e o Ativo Total da empresa <i>i</i> no ano <i>t</i> .	$\frac{\text{Passivo Total}}{\text{Patrimônio Líquido}}$	El Ghoul <i>et al.</i> (2016); López-González <i>et al.</i> , (2019).
TAM	Tamanho da empresa, representada pelo Logaritmo Natural do ativo da empresa <i>i</i> no ano <i>t</i> .	Log (Ativo Total)	Monteiro e AibarGuzmán (2010); Cruz <i>et al.</i> , (2014).
IDA	Idade da empresa, medida pelo número de anos decorridos desde a data de fundação constante no registro da CVM	Número de anos decorridos desde a data de fundação.	Cruz <i>et al.</i> , (2014); El Ghoul <i>et al.</i> (2016).

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

3.4 Tratamento dos dados

Definidas as variáveis para o estudo, foi estimado um modelo de dados em painel com variável dependente binária. A técnica utilizada para análise dos dados foi a regressão logística sendo um painel *logit*, o qual utiliza o método de maxiverosselhança (GUJARATI, PORTER, 2011).

A fim de apresentar o modelo mais adequado para atingir o objetivo do estudo alguns testes de especificação foram utilizados, sendo estimados os modelos *pooled logit*,

PA *logit*, efeitos aleatórios e efeitos fixos. Diante dos resultados do teste de *Hausman* considerou-se o painel pelo modelo de efeitos fixos o mais adequado para os dados do presente estudo. Os dados foram analisados com o auxílio de um *software* estatístico adequado. Considerou-se um nível de significância de 95% ($\alpha = 0,05$) como referência mínima aceitável na determinação da significância estatística.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção, inicialmente será realizada uma análise descritiva, buscando avaliar a representatividade do tipo de empresa (familiar/não familiar) e da apresentação de RSC das companhias da amostra além das estatísticas descritivas das variáveis do modelo. Posteriormente, buscando atingir o objetivo geral, será realizado o estudo associado às probabilidades de empresas familiares serem mais socioambientalmente responsáveis do que as empresas não familiares.

4.1 Análise Descritiva

Em primeira análise, as empresas contidas na amostra foram classificadas em empresas familiares e empresas não familiares, baseando-se na participação de pelo menos um membro da família fundadora nas posições de controle, propriedade e gestão, respectivamente. Dessa forma, adotou-se a condição binária 0 ou 1, sendo 0 para as empresas sem o envolvimento de membro familiar e 1 para as empresas que apresentaram o envolvimento familiar.

A amostra foi composta por 2.106 observações referente a 234 empresas no intervalo de dados anuais entre 2010 a 2018 e distribuída entre vários setores importantes da economia, como pode ser visto na Tabela 2.

Tabela 2 - Distribuição da amostra entre empresas familiares e não familiares por setor

Setor econômico	Nº de empresas	Obs	% Total	Familiar	%	Não Familiar	%
Material Básico	24	234	11,11%	55	2,61%	179	8,50%
Bens Industriais	41	369	17,52%	96	4,56%	273	12,96%
Consumo não cíclico	18	162	7,69%	22	1,04%	140	6,65%
Utilidade Pública	43	387	18,38%	3	0,15%	384	18,23%
Consumo cíclico	76	684	32,48%	152	7,22%	532	25,26%
Telecomunicações	8	72	3,42%	0	0%	72	3,42%

Petróleo, gás e biocombustíveis	7	63	3,00%	12	0,58%	51	2,42%
Saúde	9	81	3,84%	17	0,81%	64	3,03%
Tecnologia da informação	6	54	2,56%	9	0,43%	45	2,13%
TOTAL	234	2106	100%	366	17,40%	1740	82,60%

Fonte: Dados da Pesquisa, 2019.

Observa-se na Tabela 2 que houve 2106 observações da amostra possíveis de serem classificadas em empresas familiares e empresas não familiares. A maior parte da amostra é composta por empresas não familiares (82,60%). As observações que correspondem a empresas familiares equivalem a 17,40%, sendo a maior proporção de empresas familiares que fazem parte do setor de consumo cíclico (7,22%), que engloba os subsetores de automóveis e motocicletas, construção civil, hotéis e restaurantes, tecidos, vestuários e calçados, utilidades domésticas, viagens e lazer. O segundo setor com maior representação familiar é o de bens industriais (4,56%). Vale destacar que o setor de telecomunicações não apresentou nenhuma (0%) classificação de empresa familiar.

Quanto a distribuição da amostra a respeito do comportamento da variável RSC, a qual representa as empresas que fazem parte do ISE ou divulgaram RS no padrão GRI, adotou-se condição binária 0 ou 1, sendo 0 para as empresas não participantes do ISE ou que não divulgaram RS no padrão GRI e 1 para as empresas participaram do índice ou que divulgaram GRI. Os achados indicam que do total 2106 observações referente ao período analisado apenas 28,54% foram classificadas como socioambientalmente responsáveis. A Tabela 3 apresenta os resultados de tal variável de acordo com o setor de atividade.

Tabela 3 – Distribuição das empresas que apresentam ou não RSC por setor

Setor econômico	Obs	RSC			
		Sim	%	Não	%
Material Básico	234	75	3,56%	159	7,55%
Bens Industriais	369	79	3,75%	290	13,77%
Consumo não cíclico	162	68	3,23%	94	4,46%
Utilidade Pública	387	211	10,02%	176	8,36%
Consumo cíclico	684	81	3,85%	603	28,63%
Telecomunicações	72	29	1,38%	43	2,04%
Petróleo, gás e biocombustíveis	63	21	1,00%	42	1,99%
Saúde	81	15	0,71%	66	3,13%
Tecnologia da informação	54	22	1,04%	32	1,52%
TOTAL	2.106	601	28,54%	1.505	71,46%

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Nota-se que das companhias da amostra que compunham o ISE ou que divulgaram RS no padrão GRI a maioria trata-se de empresas do setor de utilidade pública, correspondendo a 10,02% do total dos 28,54% de observações classificadas como de empresas socioambientalmente responsáveis. Esse resultado pode ser justificado devido a este setor ser composto por empresas de fornecimento de água e saneamento, energia elétrica e gás, sendo estas consideradas atividades responsáveis por impactos socioambientais significativos, e assim, sofrem maior pressão dos órgãos regulamentadores. A forte regulamentação deste setor pode influenciar na evidência socioambiental e a consequente participação no ISE como demonstrado na pesquisa de (JORDÃO *et al.* 2015).

A partir da Tabela 4 pode-se observar de forma resumida, por meio da análise setorial, as frequências das empresas que apresentam ou não RSC a partir da classificação das empresas entre familiares e não familiares. A Tabela indica que, dentre as 2.106 observações estudadas, 366 são empresas familiares e apenas 58 (2,75% da amostra total) são empresas familiares que apresentaram RSC.

Tabela 4 – Análise da RSC por tipo de empresa (familiar/não familiar) em relação aos setores

Setor econômico	RSC		Não - RSC	
	% Familiar	% Não familiar	% Familiar	% Não Familiar
Material Básico	36,21%	9,94%	11,04%	10,44%
Bens Industriais	17,24%	12,71%	27,92%	17,04%
Consumo não cíclico	3,45%	12,15%	6,49%	6,18%
Utilidade Pública	0,00%	38,86%	0,97%	14,45%
Consumo cíclico	27,59%	11,97%	44,16%	39,01%
Telecomunicações	0,00%	5,34%	0,00%	3,59%
Petróleo, gás e biocombustíveis	0,00%	3,87%	3,90%	2,51%
Saúde	0,00%	2,76%	5,52%	4,09%
Tecnologia da informação	15,52%	2,39%	0,00%	2,67%
TOTAL	100%	100%	100%	100%
Nº de Observações	58	543	308	1.197

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A análise setorial apresentada na Tabela 4 revela ainda que as empresas familiares que mais apresentaram RSC são as dos setores de material básico (36,21%) e de consumo cíclico (27,59%), respectivamente. Destaca-se que o setor de bens industriais, o qual configurou como o segundo setor com mais observações consideradas familiares, representou 17,24% das observações das empresas que fizeram parte do ISE ou emitiram RS no padrão GRI. Os setores de utilidade pública, telecomunicações e saúde não apresentaram observações consideradas de apresentação de RSC.

Para o aprofundamento da análise descritiva da amostra, na Tabela 5 evidenciam-se os valores médios, desvios padrões, medianas, máximos e mínimos das variáveis utilizadas no modelo proposto no estudo.

Tabela 5 – Estatística descritiva das variáveis

Variáveis	Obs	Média	Desvio Padrão	Mínimo	Máximo
RSC	2106	0,2854	0,4517	0,000	1,000
EMP. FAMILIAR	2106	0,1740	0,3790	0,000	1,000
ROE	2106	0,0572	4,6160	-135,238	80,864
ROA	2106	-0,1730	6,8778	-314,763	11,888
END	2106	1,0959	3,8738	0,013	70,368
ALAV	2106	2,7847	53,4243	-774,173	1817,999
TAM	2106	21,4452	2,0117	11,440	27,525
IDADE	2106	43,7678	28,6565	1,000	147,000

Legenda: RSC: Responsabilidade Socioambiental Corporativa; EMP. FAMILIAR: Empresa Familiar; ROE: Rentabilidade do patrimônio líquido; ROA: Rentabilidade do ativo total; END: Endividamento; ALAV: Alavancagem; TAM: Tamanho; IDA: Idade.

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

A respeito dos principais resultados encontrados, quanto a variável do RSC constatou-se que em média, 0,2854 ou 28,54% das observações (ano-firma) estão classificadas como socialmente responsáveis, e os resultados da variável EMP. FAMILIAR indicaram que em média, 0,1740 ou 17,40% das observações da amostra são classificadas como empresa familiar. Pode-se perceber uma baixa representatividade de empresas caracterizadas como familiar entre as companhias brasileiras de capital aberto.

Com relação as variáveis de controle utilizadas no estudo, foi possível observar que a variável de Rentabilidade representada pela razão entre o Lucro Líquido e o Patrimônio Líquido (ROE) apresentou uma média de 0,0572 indicando que em média o retorno que as empresas da amostra apresentam é positivo, mas o valor do lucro líquido não chega a ultrapassar o patrimônio líquido. Sendo possível observar que existem valores negativos para a ROE, uma vez que o ponto mínimo desta variável é negativo. O desvio padrão de 4,616, demonstra que não possui muita variabilidade dos dados em torno da média. Em contrapartida, a variável de Rentabilidade representada pelo retorno sobre o Ativo Total (ROA) apresentou uma média de -0,173 indicando que em média o retorno que as empresas da amostra apresentam quanto ao ativo é negativo, com ponto mínimo de -314,763 e o máximo de 11,888.

A variável do Endividamento (END) apresentou ponto máximo de 70,368 e um ponto mínimo de 0,013, com desvio padrão de 3,8738. Isso demonstra que na amostra deste estudo o endividamento não possui muita variabilidade dos dados em torno da

média. Já a variável Alavancagem (ALAV) demonstra maior variabilidade dos dados em torno da média, constando um desvio padrão 53,4243. Cabe ressaltar que a amostra é composta de empresas de diversos setores podendo justificar tal variabilidade, uma vez que podem existir setores que utilizam mais capital de terceiros em relação ao capital próprio.

Quanto ao tamanho (TAM) e a idade (IDA), as empresas da amostra apontam um tamanho médio de 21,445, calculado com base no logaritmo do ativo total, com desvio padrão de 2,011, sendo 11,440 o menor tamanho e 27,525 o maior. Já a média de idade das empresas é de aproximadamente 44, medida pelo número de anos decorridos desde a data de fundação, apresentando a idade mínima de 1 e a máxima de 147.

4.2 Análise do modelo de painel *logit*

Para testar a hipótese de que as empresas familiares são mais propensas a serem socioambientalmente responsáveis do que as empresas não familiares, estimou-se um modelo de painel com a variável dependente binária, utilizando-se assim a regressão logística para análise. O painel foi caracterizado como fortemente balanceado e o modelo definido após os devidos testes foi o de efeitos fixos.

Na Tabela 6 apresentam-se os resultados da estimação do modelo *Logit* para o grupo das empresas da amostra. O teste qui-quadrado da Razão de Verossimilhança (LR) assume que o modelo se apresenta ajustado, estatisticamente significativo a 1% e com efeito marginal médio de -2,0888. Quanto as variáveis ROE, ALAV e IDA, estas não se apresentaram estatisticamente significativas, sendo assim, foram excluídas do modelo final.

Tabela 6 – Resultados da Regressão do Modelo *Logit*

Variável Dependente: RSC			
Variáveis Independentes	Coefficiente	Odds Ratio	Erro padrão
<i>EMP. FAMILIAR</i>	-0,5005***	-0,4946	0,1690
<i>TAM</i>	0,8203***	0,8325	0,0457
<i>ROA</i>	2,3017***	2,1747	0,5582
<i>END</i>	-0,6338***	-0,5868	0,2237
Observações	2106		
LR chi²	646,18		
Prob > chi²	0,000		

Efeito Marginal	-2.0888
------------------------	---------

Notas: (i) RSC: Responsabilidade Socioambiental Corporativa; EMP. FAMILIAR: Empresa Familiar; TAM: Tamanho; ROA: Rentabilidade do ativo total; END: Endividamento.
(ii) Grau de Significância: ***p<0,01.

Fonte: Dados da pesquisa, 2019.

Na Tabela 6 foram apresentados os coeficientes e os *odds ratio* que são os índices de chances proporcionais para o modelo. O nível de significância vale para ambos, porém a significância dos coeficientes refletiu o teste da hipótese nula de que são iguais à zero, enquanto que a significância dos *odds ratio* testa se foram iguais a 1.

Em termos de probabilidade, nota-se que a probabilidade de uma empresa familiar apresentar RSC corresponde a -0,4946, ou seja, se a empresa for familiar a probabilidade de apresentar comportamento socioambiental diminui em média 50%. Em relação a variável TAM, tem-se que um aumento de uma unidade no tamanho aumenta a probabilidade da empresa apresentar RSC em cerca de 83%. Quanto a variável ROA, apresenta associação positiva com a RSC, indicando que empresas com maior rentabilidade possuem 2,1747 vezes mais chances de apresentar RSC. Já as empresas mais endividadas possuem -0,5868 vezes menos chances de apresentarem RSC, indicando que o comportamento socioambiental em empresas endividadas diminui, em média, 59%.

Conforme demonstrado na Tabela 6, partindo-se da análise de causalidade, observa-se que a variável de interesse (EMP. FAMILIAR) apresentou coeficiente negativo (-0,5005) e estatisticamente significante a 1 %. Dessa forma, pode-se inferir que existe uma relação inversa entre a RSC e empresa familiar, ou seja, o fato da empresa ser familiar diminui as chances de esta apresentar um maior comportamento socioambiental em comparação a uma empresa não familiar.

Esse resultado corrobora com os achados de Laguir e Elbaz (2014), Ballesteros *et al.*, (2015) e El Ghouli *et al.*, (2016), os quais evidenciaram que empresas familiares tendem a apresentarem menor RSC, no entanto, vão de encontro aos estudos de Liu *et al.* (2017) e López-González *et al.* (2019) que asseguram o maior comprometimento das empresas familiares com a RSC, no intuito de manter a legitimidade da companhia visando a satisfação das necessidades de todas as partes interessadas além da intenção de preservar a riqueza socioemocional da organização e a continuidade da empresa.

Os estudos que apontaram as empresas familiares sendo menos propensas a adotarem e divulgarem práticas socioambientais argumentaram que estas empresas estão mais interessadas na lucratividade do que nas questões sociais e ambientais e não

consideram as práticas de RSC como vantagens competitivas, mas sim como práticas que acarretam custos. Além disso, acredita-se que as empresas que possuem membro(s) da família em posições significativas como propriedade, controle e gestão, podem sofrer maior influência de conflitos de agência o que pode acarretar a não aplicação de recursos para estas atividades.

Os resultados do estudo El Ghouli *et al.*, (2016), demonstram que o desempenho da RSC é menor para empresas familiares que têm maiores custos de agência, menos monitoramento de acionistas externos e conselhos menos eficientes e em países com menor liberdade de imprensa, mais conexões políticas e proteção mais fraca dos investidores. Assim, enquanto as empresas familiares possam ter mais incentivos para melhorar sua reputação por meio do investimento em atividades de RSC, um ambiente institucional fraco pode reduzir esses incentivos.

Quanto a variável Endividamento (END), também apresentou significância a 1% e coeficiente negativo de -0,6338, indicando que as empresas com maior endividamento apresentam menos RSC. Esse achado contrapõe os apontamentos de Haga *et al.* (2018) que indicava uma relação positiva entre o endividamento e a apresentação de RSC, baseando-se na premissa de os gestores de empresas com maior endividamento buscam evidenciar mais informações como forma de satisfazer seus *stakeholders*.

No que se refere as variáveis Tamanho (TAM) e a Rentabilidade caracterizada pelo retorno sobre o ativo (ROA), estas apresentaram o logaritmo da razão de chance positivos (0,8203 e 2,3017, respectivamente) e estatisticamente significantes (1%), demonstrando que o aumento no tamanho e na rentabilidade tende a aumentar as chances de a empresa ser socioambientalmente responsável. Tais evidências convergem com os achados das pesquisas de Cruz *et al.*, (2014) e Crisóstomo e Oliveira (2016), as quais evidenciaram uma associação positiva entre as variáveis, assegurando que empresas maiores e com maior rentabilidade tende a investir mais em atividades socioambientais.

Com relação ao tamanho da organização, parte-se do pressuposto de que empresas maiores por apresentarem maior representatividade na sociedade, estão sujeitas a pressões mais rigorosas por parte da mídia, órgãos regulamentadores, do público em geral, e também podem possuir um maior número de *stakeholders*. Esses aspectos podem aumentar a responsabilidade dessas organizações e conseqüentemente a probabilidade de atuar de forma socialmente mais responsável a fim de buscar sua legitimação. A literatura sugere, portanto, que grandes empresas e empresas públicas são particularmente ativas em termos de atividades e relatórios de RSE, porque são mais visíveis e abertas ao

escrutínio público e, portanto, têm maiores necessidades de legitimidade (PANWAR *et al.* 2014).

Já ao que se refere a rentabilidade, acredita-se que um melhor desempenho financeiro leva à maior disponibilidade de recursos o que pode ser um fator determinante para o empenho em questões socioambientais corporativas (CRISÓSTOMO; OLIVEIRA, 2016). Assim, presume-se que quanto maior a rentabilidade representada pelo o ROA maior a evidência de que a empresa está sendo eficaz na conversão dos ativos em dinheiro líquido, e a relação positiva com a RSC indica que a disponibilidade de recursos possibilita a empresa a empreender em ações socioambientais.

Conforme os resultados apresentados no estudo, pode-se considerar rejeitada a hipótese de que as empresas familiares brasileiras são mais propensas a serem socioambientalmente responsáveis do que as empresas não familiares. Esta evidência apresenta uma contraposição ao que sugere a teoria da legitimidade, ou seja, de que as empresas tentam legitimar suas ações e podem utilizar a RSC para esse propósito a fim de ganhar legitimidade diante de seus *stakeholders*.

A literatura anterior considera que as empresas com envolvimento familiar tendem a ter maiores preocupações de reputação do que as empresas não familiares, pois a reputação afeta não apenas o desempenho da empresa, mas também o nome da família, no entanto, os achados desse estudo indicam que as empresas familiares brasileiras de capital aberto apresentam menor probabilidade de apresentarem RSC como determinante da legitimidade.

De acordo com López-González *et al.* (2019) o fato de como as empresas familiares se comportam em relação ao desempenho de RSC e a falta de unanimidade da literatura sobre estas questões implicam na importância de se observar as contingências que moderam esse compromisso. Assim, pode-se considerar que variáveis como o tamanho da organização, nível de endividamento e rentabilidade, setor de atuação, podem estar associados ao desempenho da RSC.

Em fase dos resultados obtidos acredita-se que essa discussão possa ajudar empresas, gerentes, acionistas, investidores e partes interessadas ao analisar como o envolvimento familiar impacta na responsabilidade socioambiental corporativa, já que as empresas familiares podem ficar para trás na adoção de práticas que, pelo menos em certos contextos, são consideradas como tendo um impacto positivo nos resultados das empresas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo verificar se as empresas familiares brasileiras são mais propensas a serem socioambientalmente responsáveis do que as empresas não familiares. Para tanto, foram coletados dados de empresas não financeiras de capital aberto listadas na B3, no qual resultou em uma amostra composta por 2.106 observações referente a 234 empresas no período de 2010 a 2018.

Foram utilizadas medidas capazes de identificar a apresentação da RSC e a classificação das empresas como familiar ou não familiar. Os resultados apresentados indicaram que em média 28,54% das observações são de empresas que apresentaram desempenho de RSC e 17,40% das observações da amostra são classificadas como empresa familiar.

Por meio de um modelo de regressão de painel logístico constatou-se que existe uma relação inversa entre a RSC e empresa familiar assumindo-se que se a empresa for caracterizada como familiar diminui as chances de esta apresentar RSC, e em termos de razão de chances proporcional tem-se que se a empresa for familiar a probabilidade de apresentar comportamento socioambiental diminui em média 50%.

Além disso, pode-se constatar que o tamanho da organização e a rentabilidade apresentaram-se estatisticamente significantes e positivamente associados ao desempenho de RSC, demonstrando que o aumento no tamanho e na rentabilidade tende a aumentar as chances de a empresa ser socioambientalmente responsável. Já o endividamento também apresentou significância estatística, no entanto, de forma negativa, indicando que um maior grau de endividamento da empresa não implica em uma maior apresentação de RSC.

Diante do exposto, pode-se inferir que, as empresas familiares brasileiras de capital aberto apresentam menor desempenho de RSC do que as empresas não familiares, sendo assim, estão menos preocupadas em buscar a legitimidade de suas ações, contrapondo o que propõe a Teoria da Legitimidade.

O presente estudo contribuiu para a literatura referente as empresas familiares, fornecendo evidências sobre como o comportamento das empresas familiares afeta o desempenho da RSC. No caso brasileiro, ainda é incipiente o número de pesquisas que buscam investigar o comportamento das empresas familiares com relação as atividades de RSC. Ademais, foi possível expandir os estudos sobre teoria da legitimidade

fornecendo mais evidências sobre a relação da empresa com o meio ambiente e a sociedade.

Cabe ressaltar que, os resultados deste estudo devem ser interpretados de forma não generalizada, considerando o perfil da amostra pesquisa e as possíveis limitações da pesquisa, tais como, as medidas utilizadas para mensurar a RSC e para classificação de empresa familiar dada as várias proxies existentes ao longo da literatura.

Sugere-se, portanto, que futuras investigações aprofundem a análise de como as empresas familiares se comportam em relação ao desempenho da responsabilidade socioambiental, podendo considerar o aumento da amostra, a utilização de outras formas de mensurar as principais variáveis do estudo ou incluindo no modelo proposto novas variáveis que possam influenciar o envolvimento das organizações com atividades de RSC.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, R. G.; NEUMANN, M.; SANCHES, S. L. R. O que é evidenciado no Brasil sobre a Responsabilidade Social Corporativa advinda da Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) nos formulários de referência e Relatos Integrados? **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 13, n. 3, p. 101-126, 2018.

ANDERSON, R. C.; REEB, D. M. Founding-family ownership and firm performance: evidence from the S&P 500. **The journal of finance**, v. 58, n. 3, p. 1301-1328, 2003.

BAE, K. H.; KANG, J. K.; KIM, J. M. Tunneling or value added? Evidence from mergers by Korean business groups. **The journal of finance**, v. 57, n. 6, p. 2695-2740, 2002.

BALLESTEROS, B. C.; RUBIO, R. G.; FERRERO, J. M.. Efecto de la composición del consejo de administración en las prácticas de responsabilidad social corporativa. **Revista de Contabilidad**, v. 18, n. 1, p. 20-31, 2015.

BARTH, E.; GULBRANDSEN, T.; SCHONEA, P. Family ownership and productivity: The role of owner-management. **Journal of Corporate Finance**, v. 11, n. 1-2, p. 107-127, 2005.

BERRONE, P. et al. Socioemotional wealth and corporate responses to institutional pressures: Do family-controlled firms pollute less?. **Administrative science quarterly**, v. 55, n. 1, p. 82-113, 2010.

BERRONE, P.; CRUZ, C.; GOMEZ-MEJIA, L. R. Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches, and agenda for future research. **Family Business Review**, v. 25, n. 3, p. 258-279, 2012.

BLOCK, J. H.; WAGNER, M. The effect of family ownership on different dimensions of corporate social responsibility: Evidence from large US firms. **Business Strategy and the Environment**, v. 23, n. 7, p. 475-492, 2014.

BORBA, P. R. F. **Relação entre desempenho social corporativo e desempenho financeiro de empresas no Brasil**. Dissertação Mestrado em Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

BRAMMER, S.; MILLINGTON, A. The development of corporate charitable contributions in the UK: A stakeholder analysis. **Journal of Management studies**, v. 41, n. 8, p. 1411-1434, 2004.

BROOKS, C; OIKONOMOU, I. The effects of environmental, social and governance disclosures and performance on firm value: A review of the literature in accounting and finance. **The British Accounting Review**, v. 50, n. 1, p. 1-15, 2018.

BURAK, A.; MORANTE, L. S. Corporate social responsibility and firm characteristics in Sweden: Who and what makes a firm a better corporate citizen. **Stokholm School of Economics**, 2007.

[B]3- Bolsa Brasil Balcão. **Índice de Sustentabilidade Empresarial - ISE**. Disponível em: http://www.b3.com.br/pt_br/market-data-e-indices/indices/indices-de-sustentabilidade/indice-de-sustentabilidade-empresarial-ise.htm >. Acesso em: 15 abr. 2019.

CAMPBELL, J. L. Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. **Academy of management Review**, v. 32, n. 3, p. 946-967, 2007.

CARROLL, A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. **Academy of management review**, v. 4, n. 4, p. 497-505, 1979.

CARROLL, A. B. et al. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. **Business horizons**, v. 34, n. 4, p. 39-48, 1991.

CENNAMO, C., BERRONE, P., CRUZ, C.; GOMEZ-MEJIA, L. Socioemotional Wealth and Proactive Stakeholder Engagement: Why Family-Controlled Firms Care More About Their Stakeholders. **Entrepreneurship: Theory and Practice**, v. 36, n. 6, p. 1153-1173, 2012.

CHEN, S.; CHEN, X. I. A.; CHENG, Q. Do family firms provide more or less voluntary disclosure?. **Journal of accounting research**, v. 46, n. 3, p. 499-536, 2008.

CHRISMAN, J. J.; PATEL, P. C. Variations in R&D investments of family and nonfamily firms: Behavioral agency and myopic loss aversion perspectives. **Academy of management Journal**, v. 55, n. 4, p. 976-997, 2012.

CHRISTMANN, P. Multinational companies and the natural environment: Determinants of global environmental policy. **Academy of Management Journal**, v. 47, n. 5, p. 747-760, 2004.

CHUA, J. H.; CHRISMAN, J. J.; SHARMA, Pramodita. Defining the family business by behavior. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 23, n. 4, p. 19-39, 1999.

- CHAU, G. K.; GRAY, S. J. Ownership structure and corporate voluntary disclosure in Hong Kong and Singapore. **The International journal of accounting**, v. 37, n. 2, p. 247-265, 2002.
- CLAESSENS, S.; DJANKOV, S.; LANG, L. HP. The separation of ownership and control in East Asian corporations. **Journal of financial Economics**, v. 58, n. 1-2, p. 81-112, 2000.
- CRISÓSTOMO, V. L.; OLIVEIRA, M. R. Uma análise dos determinantes da responsabilidade social das empresas brasileiras. **Brazilian business review**, v. 13, n. 4, p. 75-97, 2016.
- CRUZ, C. et al. Are family firms really more socially responsible?. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 38, n. 6, p. 1295-1316, 2014.
- DAWKINS, J.; LEWIS, S. CSR in stakeholder expectations: And their implication for company strategy. **Journal of Business Ethics**, v. 44, n. 2-3, p. 185-193, 2003.
- DEEGAN, C. Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures—a theoretical foundation. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 15, n. 3, p. 282-311, 2002.
- DEEPHOUSE, D. L.; CARTER, S. M. An examination of differences between organizational legitimacy and organizational reputation. **Journal of management Studies**, v. 42, n. 2, p. 329-360, 2005.
- DEGENHART, L.; MAZZUCO, M. S. A.; KLANN, R. C. The relevance of accounting information and the corporate social responsibility of Brazilian companies. **BASE-Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, v. 14, n. 3, p. 157-168, 2017.
- DEGENHART, L.; VOGT, M.; HEIN, N. Relação do desempenho econômico-financeiro com a Responsabilidade Social Corporativa das empresas brasileiras. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade**, v. 8, n. 1, p. 28-51, 2018.
- DÉNIZ, M. L. C. D.; MARTÍN, D. J. S.; SUÁREZ, M. K. C. Responsabilidad social corporativa y empresa familiar. **Revista Europea de dirección y economía de la empresa**, v. 14, n. 4, p. 43-58, 2005.
- DIAS FILHO, J. M.; CORRAR, L. **Regressão logística**. Análise multivariada para os cursos de administração, ciências contábeis e economia, 2007.
- DUFF, A. Corporate social responsibility as a legitimacy maintenance strategy in the professional accountancy firm. **The British Accounting Review**, v. 49, n. 6, p. 513-531, 2017.
- DYER JR, W. G.; WHETTEN, D. A. Family firms and social responsibility: Preliminary evidence from the S&P 500. **Entrepreneurship Theory and Practice**, v. 30, n. 6, p. 785-802, 2006.
- EL GHOUL, S. et al. Does corporate social responsibility affect the cost of capital? **Journal of Banking & Finance**, v. 35, n. 9, p. 2388-2406, 2011.
- EL GHOUL, S. et al. Family control and corporate social responsibility. **Journal of Banking & Finance**, v. 73, n. 1, p. 131-146, 2016.

ELKINGTON, J. **Sustentabilidade, canibais com garfo e faca**. São Paulo: M. Books do Brasil, p. 20, 2012.

REVISTA EXAME. **Empresas familiares assumem liderança de mercado**. Disponível em < <https://exame.abril.com.br/negocios/dino/empresas-familiares-assumem-lideranca-de-mercado/>>. Acesso: 24 de maio de 2019.

FATEMI, A.; FOOLADI, I.; TEHRANIAN, H.. Valuation effects of corporate social responsibility. **Journal of Banking & Finance**, v. 59, n. 1, p. 182-192, 2015.

FISCHER, T. M.; SAWCZYN, A. A. The relationship between corporate social performance and corporate financial performance and the role of innovation: evidence from German listed firms. **Journal of Management Control**, v. 24, n. 1, p. 27-52, 2013

FREEMAN, R. E. **Strategic management: A stakeholder perspective**, Boston: Pitman. 1984.

FREEMAN, R. E. The politics of stakeholder theory: Some future directions. **Business ethics quarterly**, v.4, n. 4, p. 409-421, 1994.

FRIEDMAN, M. A theoretical framework for monetary analysis. **Journal of Political Economy**, v. 78, n. 2, p. 193-238, 1970.

FRYNAS, J. G.; YAMAHAKI, C. Corporate social responsibility: Review and roadmap of theoretical perspectives. **Business Ethics: A European Review**, v. 25, n. 3, p. 258-285, 2016.

GAO, L; ZHANG, J. H. Firms' earnings smoothing, corporate social responsibility, and valuation. **Journal of Corporate Finance**, v. 32, n. 1, p. 108-127, 2015.

GIVISIEZ, L. J. V. B.; TEODÓSIO, A. S. S.; Responsabilidade Social Corporativa e Criação de Valor para os Acionistas: uma via de mão dupla, independente de causa e efeito. **In...** XIX ENGEMA - Encontro Internacional sobre Gestão Ambiental e Meio Ambiente, 2017, São Paulo/SP, ENGEMA, 2017.

GOES, T. H. M.; MARTINS, H. H.; MACHADO FILHO, C. A. P. Desempenho financeiro de empresas com características familiares: análise de empresas brasileiras listadas na BM&F. **REGE-Revista de Gestão**, v. 24, n. 3, p. 197-209, 2017.

GÓMEZ-MEJÍA, L. R. et al. Socioemotional wealth and business risks in family-controlled firms: Evidence from Spanish olive oil mills. **Administrative science quarterly**, v. 52, n. 1, p. 106-137, 2007.

GOMEZ-MEJIA, L. R. et al. The bind that ties: Socioemotional wealth preservation in family firms. **Academy of Management Annals**, v. 5, n. 1, p. 653-707, 2011.

GRECCO, M. C. P.; GERON, C. M. S.; GRECCO, G. B. Corporate Social Responsibility and its Relation with Performance and Earnings Management. **Contabilidade Vista & Revista**, v. 28, n. 1, p. 25-44, 2017.

GRI. **Global Reporting Initiative**. Diretrizes para o Relatório de Sustentabilidade. Disponível em: < <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx> >. Acesso em: 10 abril, 2019.

GUJARATI, D. N.; PORTER, D. C. **Econometria Básica**. 5ª Edição. São Paulo. Amgh Editora, 2011.

HAGA, J., ITTONEN, K., TRONNES, P. C.; WONG, L. Is earnings management sensitive to discount rates?. **Journal of Accounting Literature**, v. 41, n. 1, p. 75-88, 2018.

HIRIGOYEN, G.; POULAIN-REHM, T. The corporate social responsibility of family businesses: An international approach. **International Journal of Financial Studies**, v. 2, n. 3, p. 240-265, 2014.

IRIGARAY, H. A. R.; VERGARA, S. C.; ARAÚJO, R. G. Responsabilidade Social Corporativa: o que revelam os relatórios sociais das empresas. **Organizações & Sociedade**, v. 24, n. 80, p. 73-88, 2016.

JENSEN, M. C.; MECKLING, W. H. Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. **Journal of financial economics**, v. 3, n. 4, p. 305-360, 1976.

JOSEPH, G. P. A., GONÇALVES-DIAS, S. L. F., FELSBURG, A. V.; IGARI, A. T. Responsabilidade social corporativa e índices de sustentabilidade: um estudo dos ativos tangíveis e intangíveis à luz da visão baseada em recursos. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 12, n. 1, p. 73-88, 2018.

JORDÃO, R. V. D., FERREIRA, E. P., NETO, J. A. D. S.; AMARAL, H. F. Governança corporativa, estratégia e responsabilidade socioambiental: um estudo empírico multissetorial nas empresas listadas no índice de sustentabilidade empresarial da BM&FBovespa. **Anais... XVIII SEMEAD**. Seminários em Administração da USP, São Paulo, 2015.

KANSAL, M.; JOSHI, M.; BATRA, G. S. Determinants of corporate social responsibility disclosures: Evidence from India. **Advances in Accounting**, v. 30, n. 1, p. 217-229, 2014.

KIM, Y.; KIM, S-Y. The influence of cultural values on perceptions of corporate social responsibility: Application of Hofstede's dimensions to Korean public relations practitioners. **Journal of Business Ethics**, v. 91, n. 4, p. 485-500, 2010.

KIRSCHBAUM, C. Decisões entre pesquisas quali e quanti sob a perspectiva de mecanismos causais. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 28, n. 82, p. 179-193, 2013.

LA PORTA, R.; LOPEZ-DE-SILANES, F.; SHLEIFER, A. Corporate ownership around the world. **The journal of finance**, v. 54, n. 2, p. 471-517, 1999.

LAGUIR, I.; ELBAZ, J. Family firms and corporate social responsibility (CSR): preliminary evidence from the French stock market. **Journal of Applied Business Research**, v. 30, n. 4, p. 971-988, 2014.

LANZARIN, J.; MOURA, G. D.; MAZZIONI, S. Gestão familiar e custo de financiamento da dívida: análise em companhias abertas listadas na B3. In: XVIII USP International Conference in Accounting, 2018, São Paulo/SP. **Anais... XVIII International Conference in Accounting**, 2018.

- LE BRETON-MILLER, I.; MILLER, D. Family firms and practices of sustainability: A contingency view. **Journal of Family Business Strategy**, v. 7, n. 1, p. 26-33, 2016.
- LIN, C-H.; YANG, H-L.; LIOU, D-Y. The impact of corporate social responsibility on financial performance: Evidence from business in Taiwan. **Technology in Society**, v. 31, n. 1, p. 56-63, 2009.
- LISTON-HEYES, C.; CETON, G. An investigation of real versus perceived CSP in S&P-500 firms. **Journal of Business Ethics**, v. 89, n. 2, p. 283-296, 2009.
- LIU, M. et al. Does family involvement explain why corporate social responsibility affects earnings management?. **Journal of Business Research**, v. 75, p. 8-16, 2017.
- LÓPEZ, M. V.; GARCIA, A.; RODRIGUEZ, L. Sustainable development and corporate performance: A study based on the Dow Jones sustainability index. **Journal of Business Ethics**, v. 75, n. 3, p. 285-300, 2007.
- LÓPEZ-GONZÁLEZ, E.; MARTÍNEZ-FERRERO, J.; GARCÍA-MECA, E. Corporate social responsibility in family firms: A contingency approach. **Journal of Cleaner Production**, v. 211, n. 1, p. 1044-1064, 2019.
- MADORRAN, C.; GARCIA, T. Corporate social responsibility and financial performance: the Spanish case. **Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 1, p. 20-28, 2016.
- MARTINEZ, A. L.; RAMALHO, G. C. Family Firms and tax aggressiveness in Brazil. **International Business Research**, v. 7, n. 3, p. 129, 2014.
- MAZZER, L. P. **Responsabilidade social corporativa e desempenho econômico financeiro: um estudo em empresas brasileiras**. Tese de Doutorado em Ciências Contábeis, Programa Multiinstitucional e Inter-regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis (UnB/UFPB/UFRN), João Pessoa, 2015.
- MCWILLIAMS, A.; SIEGEL, D. Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?. **Strategic management journal**, v. 21, n. 5, p. 603-609, 2000.
- MCWILLIAMS, A.; SIEGEL, D. Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. **Academy of management review**, v. 26, n. 1, p. 117-127, 2001.
- MILLER, D. et al. Are family firms really superior performers?. **Journal of corporate finance**, v. 13, n. 5, p. 829-858, 2007.
- MILLER, D.; MINICHILLI, A.; CORBETTA, G. Is family leadership always beneficial?. **Strategic Management Journal**, v. 34, n. 5, p. 553-571, 2013.
- MONTEIRO, S. M. S.; AIBAR-GUZMÁN, B. Determinants of environmental disclosure in the annual reports of large companies operating in Portugal. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 17, n. 4, p. 185-204, 2010.
- MORCK, R.; YEUNG, B.. Family control and the rent-seeking society. **Entrepreneurship theory and practice**, v. 28, n. 4, p. 391-409, 2004.

- MOURA, G. D.; BEUREN, I. M. Influência da estrutura de propriedade e do gerenciamento familiar sobre o posicionamento em fusões e aquisições. **Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión**, v. 25, n. 1, p. 129-149, 2017.
- NEKHILI, M. et al. Corporate social responsibility disclosure and market value: Family versus nonfamily firms. **Journal of Business Research**, v. 77, n. 1, p. 41-52, 2017.
- O'DONOVAN, G. Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 15, n. 3, p. 344-371, 2002.
- ORO, I. M.; LAVARDA, C. E. F. Empresa Familiar e Desempenho Econômico-Financeiro: um Estudo Sobre a Configuração da Produção Científica Internacional. **Anais... XXXVIII Encontro da EnANPAD**. Rio de Janeiro, 2014.
- ORLITZKY, M.; SCHMIDT, F. L.; RYNES, S. L. Corporate social and financial performance: A meta-analysis. **Organization studies**, v. 24, n. 3, p. 403-441, 2003.
- PANWAR, R., PAUL, K., NYBAKK, E., HANSEN, E.; THOMPSON, D. The legitimacy of CSR actions of publicly traded companies versus family-owned companies. **Journal of Business Ethics**, v. 125, n. 3, p. 481-496, 2014.
- PLETSCH, C. S.; SILVA, A.; HEIN, N. Responsabilidade social e desempenho econômico-financeiro das empresas listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial-ISE. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 9, n. 2, p. 53-69, 2015.
- RUF, B. M.; MURALIDHAR, K.; BROWN, R. M.; JANNEY, J. J.; Paul, K. An empirical investigation of the relationship between change in corporate social performance and financial performance: A stakeholder theory perspective. **Journal of business ethics**, v. 32, n. 2, p. 143-156, 2001.
- SANTOS, T. R.; SILVA, J. O. A influência da família tem algum efeito? Análise da remuneração dos executivos das empresas familiares e não familiares. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 12, n. 1, p. 148-160, 2018.
- SCHOLTENS, B.; KANG, F. Corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Asian economies. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 20, n. 2, p. 95-112, 2013.
- SHARMA, P.; CHRISMAN, J. J.; CHUA, J. H. Strategic management of the family business: Past research and future challenges. **Family business review**, v. 10, n. 1, p. 1-35, 1997.
- SILVA, A. H.; FOSSÁ, M. I. T. Práticas de responsabilidade social corporativa: a percepção dos colaboradores de uma empresa familiar. **Desenvolve Revista de Gestão do Unilasalle**, v. 3, n. 1, p. 209-226, 2014.
- SILVA, A.; SOUZA, T. R.; KLANN, R. C.. The timeliness of accounting information in Brazilian family businesses. **Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 5, p. 489-502, 2016.

SILVA, N. E. F. O efeito da informação de sustentabilidade corporativa nos retornos das ações: análise de empresas incluídas no ranking global 100. **Dissertação de Mestrado**. Universidade Federal da Paraíba 2017.

SOARES, C. S. Mensuração da performance social corporativa com dados extraídos do relatório de sustentabilidade da GRI. **Tese de Doutorado**. Universidade de São Paulo, 2016.

SOSCHINSKI, C. K.; BRANDT, E. T. ; KLANN, R. C. . Influência do Grau de Internacionalização na Responsabilidade Social Corporativa em Empresas Brasileiras. **In: XII Congresso AnpCont**, João Pessoa, 2018.

SUCHMAN, M. C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. **Academy of Management Journal**, v. 20, n. 3, p. 571-610, 1995.

TEIXEIRA, E. A.; NOSSA, V.; FUNCHAL, B. O índice de sustentabilidade empresarial (ISE) e os impactos no endividamento e na percepção de risco. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 22, n. 55, p. 29-44, 2011.

WARD, J. L. The role of the board in family business strategy. **Family Business Know-How**, v. 4, n. 1, p. 1-3, 2002.

WARTICK, S. L. Measuring corporate reputation: Definition and data. **Business & Society**, v. 41, n. 4, p. 371-392, 2002.

WELZEL, E.; LAVARDA, R. A. B.. Modelo de Strategizing da Responsabilidade Social Corporativa (RSC): sistematização do processo de implementação de RSC considerando o enfoque da Estratégia como Prática Responsibility. **Revista de Ciências da Administração**, v. 1, n. 1, p. 9-24, 2016.

ZHAO, H.; ZHANG, F.; KWON, J. Corporate social responsibility research in international business journals: An author co-citation analysis. **International Business Review**, v. 27, n. 2, p. 389-400, 2018.