

Informações Socioambientais em Rede Social e o Reflexo na Precificação das Ações integrantes do IBrX100

MARIA DANIELLA DE OLIVEIRA PEREIRA DA SILVA

Universidade Federal da Paraíba

WENNER GLAUCIO LOPES LUCENA

Universidade Federal da Paraíba

Resumo

A evidenciação das informações socioambientais no Brasil apresentam carácter voluntário, entretanto diversas empresas tem procurado divulgar suas ações e os seus projetos, em função da sinalização que essas informações podem apresentar para os investidores. Desse modo, o estudo visou investigar a relação entre a divulgação de informações socioambientais em rede social e a precificação das ações de empresas listadas na BM&FBovespa e integrantes do IBrX 100. Para isso, foi realizada uma pesquisa empírico-analítica, com abordagem descritiva e documental, através de uma adaptação do modelo de Ohlson (1995). Para atingir o propósito do estudo, foram coletadas informações no *Facebook* das empresas que tratavam de aspectos sociais e/ou ambientais na rede social. Assim, foi considerado como dados o número de “curtir” das postagens realizadas ao longo do ano de 2013, com informações que tratavam especificamente de questões sociais ou ambientais, sem fazer qualquer tratamento nas informações coletadas. O trabalho foi realizado com uma amostra de 50 empresas, com dados *cross section*, utilizando o teste *t-student*. Os dados contábeis foram coletados no banco de dados Economatica e as informações socioambientais foram coletadas na rede social *Facebook*. Os resultados econométricos apontaram significância estatística positiva entre a precificação de ações e a divulgação de informações socioambientais na rede social analisada. Dessa forma, na amostra analisada, as informações socioambientais postadas na rede social afetaram positivamente a precificação das ações.

Palavras chave: Rede Social, Precificação de Ações, Informações Socioambientais.

1. INTRODUÇÃO

A visão tradicional da empresa é gerar lucro para o detentor do capital, dentro das regras de mercado livre, e cabe ao governo, sindicatos e outras organizações civis o papel de realizar as funções relativas à responsabilidade social (FRIEDMAN, 1962); (MADRAKHIMOVA, 2013).

Na década de 50, a função da organização passa a ser questionada, em detrimento dos debates sobre responsabilidade social que foram fortalecidos em decorrência dos problemas socioambientais gerados pelas organizações e pela escassez de recursos naturais. Dessa forma, entra em discussão que as organizações existem não apenas para atender seus fins empresariais, mas precisam tomar decisões que sejam compatíveis também com os valores da sociedade, (BOWEN, 1953).

Nesse cenário, surgem duas grandes correntes, uma defensora de interesses puramente econômicos, restrita a gerar lucros para os acionistas, que dá origem a teoria do *Shareholders* (FRIEDMAN, 1970). E a segunda corrente, que favoreceu o surgimento da teoria do *Stakeholders*, (FREEMAN, 1984), fazendo referência a uma visão contemporânea da empresa, na qual a entidade seria responsável por gerar valor não só para o acionista, mas também para os clientes, comunidade local e para os demais atores sociais.

A realização de ações socioambientais apresenta caráter voluntário para as organizações, sem garantias de retorno dos investimentos realizados. Entretanto, podem possibilitar melhorias na relação com os clientes, redução dos custos de produção, melhor gerenciamento de riscos da atividade e melhorias na reputação da entidade (SPRINKLE; MAINES, 2010); (DAVIS, 1973).

A participação em projetos socioambientais é uma importante estratégia para a empresa. No contexto de companhias de capital aberto, a participação nesses projetos pode “[...] possibilitar sinalizações positivas ou não [...] diante do mercado acionário” (NOSSA *et al*, 2009, p. 123).

A teoria da sinalização, segundo Spence (1973), está relacionada à emissão de sinais, ou seja, emissão de informações privadas para os agentes (*Stakeholders*), possibilitando que o problema de assimetria informacional seja minimizado.

Dentre os meios de comunicação utilizados para apresentação das informações empresariais a *internet* é considerada como o melhor meio para a divulgação de informações financeiras devido a sua flexibilidade (CORMIER *et al*, 2009); (CLARKSON *et al*, 2008).

Com o fortalecimento da *internet*, segundo a perspectiva de Hanna *et al* (2011) as redes sociais e os *blogs* ampliam as possibilidades de comunicação, uma vez que levam os indivíduos a trocarem informações que podem ser significativas na relação entre empresas e clientes.

O presente estudo tem o propósito de analisar a relação existente entre a divulgação de informações em rede social e a precificação das ações das empresas integrantes do índice IBrX 100.

Alguns estudos já foram realizados com o objetivo de examinar a relação entre a divulgação de informações e o seu reflexo no mercado financeiro, como o estudo de Drake *et al* (2014) que apresentou evidências da imprensa de negócios americana funcionar como um intermediária de informações no mercado de capitais.

Arruda (2013) ao estudar o uso das redes sociais na assimetria informacional e na precificação de ações das empresas brasileiras encontrou evidências que a rede

social Facebook apresenta potencial para reduzir a assimetria informacional e afeta a precificação das ações.

Desse modo, as informações socioambientais por serem voluntárias podem ser interpretadas por investidores como uma sinalização positiva. Respaldo nas evidências empíricas dos estudos de Fama (1970), Hu *et al* (2011) e Arruda (2013) o presente trabalho tem a seguinte hipótese de pesquisa: As informações socioambientais postadas em rede social afetam positivamente a precificação das ações das companhias do mercado acionário brasileiro que participam do índice IBRx100.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Os Stakeholders e as Informações Socioambientais

A apresentação de informações socioambientais, também chamada de *disclosure* social, é algo voluntário e pode ser dada de várias formas, uma vez que não existe um padrão específico de divulgação. Algumas organizações divulgam no formato do balanço social e/ou relatório de sustentabilidade, entretanto, são responsáveis por definir “quando”, “como” e “o que” divulgar (VAN DER LAAN, 2009), consequência de ser uma informação de caráter não obrigatório e não padronizado.

No Brasil a evidenciação de informações socioambientais não é obrigatória, porém existem recomendações para a divulgação dessas informações, como a Resolução nº. 1.003/04 do Conselho Federal de Contabilidade (CFC, 2004) que aprova a Norma Brasileira de Contabilidade Técnica NBC T15, na qual são estabelecidos os critérios que devem ser observados pelas empresas que optam por fazê-lo.

Segundo a perspectiva de Van der Laan (2009), o *disclosure* social por não ser obrigatório direciona os gestores a divulgarem informações socioambientais de forma estratégica e alinhada de acordo com a percepção que a organização deseja passar para a sociedade. Entretanto, são informações que podem ser tão importantes como qualquer outro dado financeiro ou não relacionado à atividade da empresa (ANDERSON; FRANKLE, 1980), em função da sinalização que essas informações podem apresentar para os seus *stakeholders*.

Várias são as razões que motivam as organizações a divulgarem essas informações socioambientais, dentre elas, é possível citar a obtenção de vantagens econômicas decorrentes da realização da atividade empresarial de forma correta sob a ótica socioambiental, possibilidade do cumprimento de requisitos legais, atendimento às expectativas da comunidade, respostas às ameaças a legitimidade da organização, gerenciamento das necessidades dos *stakeholders* (DEEGAN 2002); (SPRINKLE; MAINES, 2010).

A teoria do *stakeholders* tem como premissa que a entidade deve gerar valor para todas as partes com as quais se relaciona (FREEMAN, 1984). Nesse contexto, a gestão da empresa deve levar em consideração os processos gerenciais que satisfaçam o interesse dos mais diversos grupos, como acionistas, empregados, clientes, fornecedores e a comunidade (FREEMAN; McVEA, 2000).

2. Resultados de Pesquisas Empíricas sobre Uso de Informações de Fontes não

Tradicional No Mercado De Capitais

Na contemporaneidade muitas empresas tem utilizado as redes sociais como mais uma possibilidade de comunicação com os seus *stakeholders*. Segundo Marteletto (2001, p.72) “os efeitos das redes podem ser percebidos fora do seu espaço, nas interações com o estado, a sociedade e outras instituições representativas. Decisões micro são influenciadas pelo macro, tendo a rede como intermediária”.

Fama (1970) um dos primeiros a estudar a hipótese do mercado eficiente - HME, considera que para ser um mercado eficiente é necessário que todas as informações estejam refletidas no preço das ações.

Hu *et al* (2011) examinam o efeito das informações de uma fonte não- tradicional, o blog de uma empresa sobre mercado de capitais, e encontram indícios das fontes de informação não-tradicionais, como blogs, ajudar nas decisões de investimento.

Drake, Roulstone e Thornock (2012) ao investigarem o comportamento dos investidores quanto à demanda por informações em relação à apresentação de resultados, de organizações que operaram no mercado de capitais. Encontraram evidências de um aumento na procura por informações, em média duas semanas antes

do anúncio dos resultados, que foram estendidas até um período após o anúncio. Os autores consideraram o *Google*, como base para de consulta dos investidores. Desse modo, concluíram que ao exigir mais informações sobre a empresa, os investidores acabam obtendo o conteúdo informativo do anúncio dos resultados parcialmente precedido.

No Brasil, Arruda (2013) ao estudar a influência das redes sociais Facebook, Twitter e Youtube na redução da assimetria informacional e na precificação das ações em 170 companhias de capital aberto no Brasil, encontrou evidências de que o Facebook não oficial das organizações apresentou potencial para redução da assimetria informacional e afeta a precificação das ações.

3.

METODOLOGIA

A pesquisa caracteriza-se como empírico-analítica, por ter “[...] forte preocupação com a relação causal entre as variáveis. A validação da prova científica é buscada através de testes de instrumentos e graus de significância [...]” (MARTINS, 2002, p. 34). Além disso, é um estudo com abordagem descritiva e documental.

Segundo Vergara (2000) as pesquisas descritivas visam apresentar as características de determinada população ou fenômeno, estabelecendo correlação entre as variáveis estudadas. No presente estudo, procurou-se analisar a relação existente entre as informações sociais e/ou ambientais divulgadas na rede social *Facebook* e a precificação das ações integrantes do IBrX 100.

A pesquisa apresentou abordagem documental, por fazer uso de informações que não receberam tratamentos analíticos, as quais foram obtidas através da rede social *Facebook* e no banco de dados Economatica

O estudo delimitou-se a rede social *Facebook* por a mesma ser considerada a rede social mais utilizada no Brasil e no mundo, e por ser o segundo site com maior número de acesso nas estatísticas mundiais e nacionais. No presente estudo, foram utilizadas as empresas de capital aberto com ações integrantes do índice IBrX 100, carteira composta por as cem (100) ações mais negociadas na BOVESPA.

Para atingir o propósito do estudo, foram coletadas informações *Facebook* das empresas que tratavam de aspectos sociais e/ou ambientais na rede social. Dessa forma, foi considerado como dados o número de “curtir” das postagens realizadas ao longo do ano de 2013, com informações que tratavam especificamente de questões sociais ou ambientais, sem fazer qualquer tratamento nas informações coletadas.

As informações contábeis das empresas foram obtidas no Economatica, no período de 27 a 30 de Junho de 2014. A princípio foram selecionadas todas as empresas com ações integrantes do índice IBrX 100, entretanto foram excluídas as empresas que

não apresentaram dados contábeis, páginas na rede social *Facebook* e aqueles que no exercício de 2013 apresentaram um passivo a descoberto. Desse modo, foram analisadas

50

empresas.

3.1 Modelo Estatístico

O modelo sugerido para o estudo é uma adaptação do modelo de Ohlson (1995), que utiliza as variáveis contábeis: lucro líquido e lucros anormais, e outras informações,

as quais afetam a formação do valor de mercado da empresa, mas que não são definidas no modelo.

Fazendo uso de uma adaptação do modelo de Ohlson (1995), o estudo de Arruda (2013), propõem a inclusão de uma variável referente aos efeitos do uso de redes sociais, com o objetivo de verificar se afetam a precificação de ações.

Assim, no presente estudo foi adotado o modelo utilizado por Arruda (2013), com a inclusão de uma variável latente para separar as empresas que também faziam parte índice de sustentabilidade empresarial- ISE. Desse modo, foram inclusas duas variáveis ao modelo tradicional de Ohlson (1995): Efeito da utilização da rede social e variável latente para empresas integrantes do ISE.

Contudo, o modelo utilizado para estimar a relação entre a precificação das ações e a relação com as informações sociais e ambientais, é dado por:

$$P_i = \beta_0 + \beta_1 PL_i + \beta_2 L_i^a + \beta_3 F_i + \beta_4 \text{DUMMY_ISE} + \varepsilon_i \quad (1)$$

Em que:

P_i = valor de mercado da
companhia; PL_i = patrimônio
líquido;

L_i^a = lucro anormal;

DUMMY_ISE = Variável latente para separar as empresas integrantes do índice de sustentabilidade empresarial;

F_i = efeito da utilização da rede social *Facebook*.

O valor de mercado, que corresponde ao somatório das ações multiplicado pelas cotações da empresa no dia de publicação da informação (GALLON, 2011), foi obtido no Economática, com a data base de 31 de dezembro de 2013.

Para a mensuração da variável latente foi atribuída a numeração “1” para as empresas que faziam parte do ISE e “0” para as empresas que não faziam parte do índice. O objetivo foi avaliar os efeitos na precificação das ações por parte das empresas que além integrarem o índice IBrX 100, fazem parte do ISE no período estudado.

O lucro anormal também chamado de lucro residual foi obtido através da seguinte equação:

$$L^a_t = L_t - rf * PL_{t-1} \quad (2)$$

Em que:

L^a_t = lucro residual (ou lucro anormal); L_t = lucro do período;
 rf = taxa de juros livre de riscos;
 PL_{t-1} = patrimônio líquido no início do período

Para o cálculo do lucro residual foi considerado como taxa de juros livre de riscos a média da taxa Selic do ano de 2012, uma vez que esta taxa tem incidência sobre o patrimônio líquido do período anterior, e “teoricamente reflete os ativos líquidos da empresa que gerarão fluxos de caixa no ano seguinte” (ARRUDA, 2013, p. 21).

3.2 Tratamento dos dados

A realização do estudo empírico foi dada através de dados *cross section*, mensurados através de regressão linear múltipla, com estimação dos parâmetros através dos mínimos quadrados ordinários, levando em consideração os pressupostos de homocedasticidade, linearidade, normalidade e ausência de autocorrelação. Dentre os quais, foram detectados através dos respectivos testes: White, Ramsey Reset Teste, Jarque-Bera e Durbin Watson. Na presença de heterocedasticidade foi utilizada a medida de correção matriz de white, pois segundo Gujarati e Porter (2012) é comum, ao trabalhar com este tipo de dados, a heterocedasticidade.

Os resultados da regressão foram avaliados conforme a significância estatística das variáveis, baseadas no teste *t-studen* e nos sinais dos coeficientes.

4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Inicialmente foi analisada a relação dos dados gerais do Facebook das empresas, sem fazer qualquer distinção entre tipo, qualidade ou período da postagem. Através do seguinte modelo:

$$P_i = \beta_0 + \beta_1 PL_i + \beta_2 L^a_i + \beta_3 Ln_INF + \varepsilon_i \quad (3)$$

Os resultados econométricos revelam que a variável patrimônio líquido tem impacto estatisticamente significativo para explicar a precificação das ações, afetando-a positivamente.

Os lucros anormais não apresentam relação estatística significativa, entretanto

o coeficiente se apresenta de forma positiva com a precificação das ações.

A variável relacionada à influência da rede social facebook apresenta significância estatística, afetando positivamente a precificação das ações, ao nível de significância de 10%, conforme resultados apresentados na tabela 01.

**Tabela 01: Resultado da Regressão - Equação
3**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-13585667	9783162.	-1.388679	0.1716
PL	0.736938	0.130843	5.632217	0.0000
LR	2.649247	2.596258	1.020410	0.3129
LN INF	1850809.	975707.2	1.896890	0.0641
R-squared	0.829177	Mean dependent var		25407855
Adjusted R-squared	0.818036	S.D. dependent var		45870039
S.E. of regression	19566866	Akaike info criterion		36.49319
Sum squared resid	1.76E+16	Schwarz criterion		36.64615
Log likelihood	-908.3298	F-statistic		74.42825
Durbin-Watson stat	1.932793	Prob(F-statistic)		0.000000

A análise das informações divulgadas no Facebook das empresas que faziam referência apenas aos aspectos sociais ou ambientais no período de 2013 foi dada através do seguinte modelo:

$$P_i = \beta_0 + \beta_1 PL_i + \beta_2 L_i^a + \beta_3 Ln_INF + \varepsilon_i \quad (4)$$

Conforme os resultados apresentados no quadro 02, a variável relacionada às informações postadas no facebook quanto a questões sociais e ambientais são estatisticamente significativas e afetam positivamente a variável dependente, considerando um nível de significância de 5%.

Portanto, as informações de cunho social e ambiental postadas na rede social Facebook, na amostra analisada, tendem a afetar positivamente a precificação das ações. Vale salientar que foram consideradas todas as informações postadas, sem fazer qualquer separação entre as informações socioambientais positivas e negativas.

Tabela 02: Resultado da Regressão - Equação 4

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-23877664	11951967	-1.997802	0.0517
PL	0.672752	0.092281	7.290284	0.0000
LR	2.148710	2.130622	1.008489	0.3185
LN INFA	5295429.	2141919.	2.472283	0.0172
R-squared	0.869283	Mean dependent var		25407855
Adjusted R-squared	0.860758	S.D. dependent var		45870039
S.E. of regression	17116498	Akaike info criterion		36.22560
Sum squared resid	1.35E+16	Schwarz criterion		36.37856
Log likelihood	-901.6401	F-statistic		101.9681
Durbin-Watson stat	1.849054	Prob(F-statistic)		0.000000

Procurou-se investigar a relação das empresas que além de integrar o IBrX 100, também faziam parte do índice de sustentabilidade empresarial – ISE, através do seguinte modelo:

$$P_i = \beta_0 + \beta_1 PL_i + \beta_2 L_i^a + \beta_3 F_i + \beta_4 DUMMY_ISE + \varepsilon_i \quad (1)$$

Tabela 03: Resultado da Regressão - Equação 1

Dependent Variable:
VM Method: Least



São Paulo, 29 a 31 de Julho de 2015

**Contabilidade e Controladoria
no Século XXI**

Squares

Date: 07/13/14 Time: 13:38

Sample: 1 50

Included observations: 50

White Heteroskedasticity-Consistent Standard Errors & Covariance

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-23372787	11901959	-1.963776	0.0558
PL	0.678337	0.086247	7.865052	0.0000
LR	2.252194	2.131077	1.056834	0.2962
LN_INFA	4710479.	2065774.	2.280249	0.0274
DUMMY ISE	6672140.	3869551.	1.724268	0.0915
R-squared	0.874026	Mean dependent var		25407855
Adjusted R-squared	0.862828	S.D. dependent var		45870039
S.E. of regression	16988742	Akaike info criterion		36.22864
Sum squared resid	1.30E+16	Schwarz criterion		36.41984
Log likelihood	-900.7160	F-statistic		78.05420
Durbin-Watson stat	1.926036	Prob(F-statistic)		0.000000

Constatou-se que a um nível de significância de 10%, a participação das empresas no ISE tem significância estatística e afeta positivamente à precificação das ações. Este resultado corrobora com os achados da pesquisa de López, Garcia e Rodriguez (2007), que ao estudar empresas integrantes do índice *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) e do *Dow Jones Global Index* (DJGI), observaram diferenças positivas de desempenho das empresas integrantes do DJSI.

5.

CONCLUSÃO

A evidenciação das informações socioambientais no Brasil apresentam caráter voluntário, entretanto diversas empresas tem procurado divulgar suas ações e os seus projetos, em função da sinalização que essas informações podem apresentar para os investidores.

Fundamentado na teoria do *stakeholders* e na teoria da sinalização, o estudo teve o intuito de investigar a relação existente entre a divulgação de informações socioambientais nas redes sociais e a precificação das ações das empresas listadas na BM&FBovespa e integrantes do IBrX 100 no período 2013.

Os resultados da pesquisa apontaram que a precificação das ações está sujeita a influência das informações divulgadas na rede social facebook de forma positiva.

Diante disso, a hipótese de pesquisa levantada com base na revisão da literatura de que “as informações socioambientais postadas em rede social afetam positivamente a precificação das ações das companhias do mercado acionário brasileiro que participam do índice IBrx100”. Dentro da amostra analisada, apresenta evidências de não rejeição, ou seja, os resultados apontam uma relação positiva entre a divulgação de informações na rede social e a precificação de ações.

O estudo limitou-se as empresas integrantes IBrX 100 e que apresentavam informações socioambientais divulgadas na rede social facebook, sem realizar qualquer tratamento das informações coletadas. Dessa forma, pesquisas futuras poderiam ser realizadas com o desmembrando de informações positivas e negativas, estendendo para outras redes sociais e com um maior número de empresas.

REFERÊNCIA

S

ANDERSON, John C.; FRANKLE, Alan W. Voluntary social reporting: an Iso-Beta portfolio analysis. **Accounting Review**, v. 55, n. 3, p. 467-479, 1980.

ARRUDA, Marcelo Paulo de. **Assimetria informacional e precificação das ações: análise da utilização das redes sociais**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) João Pessoa: UFPB, 2013.

BOWEN, H. R. **Social responsibilities of the businessman**. Nova York: Harper & Brothers Publishers, 1953.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE - CFC. **Resolução CFC n. 1.003/04**. Aprova a NBC T 15 – Informações de Natureza Social e Ambiental. Disponível em: http://cfcspw.cfc.org.br/resolucoes_cfc/Res_1003.doc.

CLARKSON, P; LI, Y; RICHARDSON, G.D; VASVARI, F.P. Revisiting the Relation between Environmental Performance and Environmental Disclosure: An Empirical Analysis. **Accounting, Organizations & Society**, v.33, p.303–327, 2008.

CORMIER et al. Attributes of Social and Human Capital Disclosure and Information Asymmetry between Managers and Investors. **Canadian Journal of Administrative Sciences**, v.26, p. 71-88, 2009.

DAVIS, Keith. The case for and against business assumption of social responsibilities. **Academy Of Management Journal**, v. 16, n. 2, p. 312-322, 1973.

DEEGAN, Craig. Introduction: The legitimizing effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 15, n. 3, p. 282-311, 2002.

DRAKE, Michael S.; ROULSTONE, Darren T.; THORNOCK, Jacob R. Investor Information Demand: Evidence from Google Searches Around Earnings Announcements. **Journal of Accounting Research**, vol.50, n. 4, p.1001-1040, set. 2012.

DRAKE, Michael S; GUEST; Nicholas M; TWEDT, Brady. The Media and Mispricing: The Role of the Business Press in the Pricing of Accounting Information. **The Accounting Review**, v. 89, 2014.

FAMA, Eugene F. Efficient capital markets: a review of theory and empirical work. **The Journal of Finance**, v. 25, n. 2, p. 383-417, 1970.

FREEMAN, R. E. The politics of Stakeholders theory: some future directions.



São Paulo, 29 a 31 de Julho de 2015

**Contabilidade e Controladoria
no Século XXI**

Business

Ethics Quarterly. V.4 n.4, p. 409-422.
1984.

FREEMAN, R. Edward; MCVEA, John. **A stakeholder approach to Strategic Management.** Darden Graduate School of Business Administration, University of Virginia, Working Paper n. 01-02, 2000.

FRIEDMAN, M. **Capitalism and freedom.** Chicago: University of Chicago Press, 1962.

FRIEDMAN, M. **The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits.** The New York Times Magazine. September, 13, 1970.

GALLO, Amyntas. **Validação do Modelo de Ohlson (1995).**VIII Simpósio de excelência em gestão e tecnologia. Rio de Janeiro, 2011.

GUJARATI, D; PORTER, D. C. **Econometria Básica.** 5 ed. Mc Graw Hill: Porto Alegre, 2011.

HANNA, R.; ROHM, A.; CRITTENDEN, V. L. We're all connected: The power of the social media ecosystem. **Business Horizons**, v. 54, n. 3, p. 265-273, mai./jun. 2011.

HU et al. Value relevance of blog visibility. **Journal of Business Research**. v.64, p.1361-1368. 2011.

LÓPEZ, M. V.; GARCIA, A.; RODRIGUEZ, L. Sustainable development and corporate performance: a study on the Dow Jones Sustainability Index. **Journal of Business Ethics**, 75: 285-300, 2007.

MADRAKHIMOVA, Firuza S. Evolution of the concept and definition of corporate social responsibility. **Global Conference on Business & Finance Proceedings**, v. 8, n. 2, p. 113-118, 2013.

MARTELETO, R. M. Análise de redes sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ci. Inf**, v. 30, n. 1, p. 71-81, jan./abr. 2001.

MARTINS, G. **Manual para elaboração de monografias e dissertações.** 3 ed. São Paulo: Atlas, 2002, p.34.

NOSSA, Valcemiro et al. A Relação entre o retorno anormal e a responsabilidade social e ambiental: um estudo empírico na Bovespa no período de 1999 a 2006. **BBR Brazilian Business Review**, Vitória (ES), v. 6, n. 2, maio/ago. 2009.

OHLSON, James A. Earnings, Book Values, and Dividends in Equity Valuation. **Contemporary Accounting Research**, v. 11, n. 2, p. 661-687, 1995.

SPENCE, A.M. **Job Market signaling**. Quarterly Journal of Economics. V.87, n.3 p. 355-374, 1973.

SPRINKLE, Geoffrey B.; MAINES, Lauren A. The benefits and costs of corporate social responsibility. **Business Horizons**, v. 53, p. 445-453, 2010.

VAN DER LAAN, Sandra. The role of theory in explaining motivation for corporate social disclosures: voluntary disclosures vs 'solicited' disclosures. **Australasian Accounting Business & Finance Journal**, v. 3, n. 4, 15-29, 2009.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.