

A RELAÇÃO ENTRE A REPUTAÇÃO CORPORATIVA E A SUSTENTABILIDADE EM EMPRESAS DA B3: UMA ANÁLISE DA INFLUÊNCIA NO DESEMPENHO ESG E FINANCEIRO.

HEMILI RICHARDT

Universidade Federal de Santa Maria

JÚLIA SATLER

Universidade Federal de Santa Maria

VIVIANE DURIGON DA SILVA

Universidade Federal de Santa Maria

ANDERSON BETTI FRARE

Universidade Federal de Santa Maria

O presente estudo teve como objetivo analisar a relação entre reputação corporativa e o desempenho sustentável e financeiro de empresas listadas na B3, considerando o período de 2019 a 2024. A variável de reputação corporativa foi mensurada por meio da presença do nome do fundador ou da família fundadora na razão social da empresa, sob a premissa de que a vinculação direta entre o nome e a organização reforça a responsabilidade e o comprometimento público com sua imagem. A amostra final compreendeu 575 observações, das quais aproximadamente 25% apresentavam reputação associada a fundadores ou famílias controladoras. Foram aplicadas estatísticas descritivas, análises de correlação e regressões lineares múltiplas. Os resultados indicaram que a reputação corporativa exerce influência positiva e estatisticamente significativa sobre os desempenhos social, ambiental e de governança, e influência negativa no desempenho financeiro (ROA). O estudo evidencia que a reputação funciona como um ativo intangível estratégico, capaz de orientar práticas ESG e alinhar a gestão às expectativas dos *stakeholders*. De forma prática, os achados fornecem subsídios para gestores, acionistas e formuladores de políticas públicas, reforçando a importância da integração de reputação e sustentabilidade corporativa e contribuindo para o alcance de Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU.

Palavras-chave: Governança corporativa. Reputação. Sustentabilidade. ESG.

1 Introdução

A reputação corporativa configura-se como um dos recursos que influenciam positiva ou negativamente no desempenho das organizações e na sua vantagem competitiva, sendo tal reputação idealizada na operação da empresa que a define (Thomaz & Brito, 2010). No contexto das companhias listadas na Brasil, Bolsa, Balcão (B3), a percepção pública e a imagem transmitida a seus *stakeholders* — como investidores, consumidores, colaboradores e a sociedade em geral — exercem influência direta sobre seu desempenho financeiro, suas relações comerciais e o nível de confiança que despertam no mercado (Fombrun, 1996; B3, 2020; Kisata *et al.*, 2024).

Segundo Kisata *et al.* (2024), empresas com maior reputação corporativa apresentam índices superiores de *market-to-book* — que comparam o valor de mercado com o patrimônio líquido —, assim como índices elevados de *preço/lucro* indicam que a reputação corporativa exerce influência significativa sobre a valorização de mercado das empresas, fato que reflete na percepção positiva dos investidores. Dessa forma, o autor evidencia que a reputação está

mais diretamente relacionada ao desempenho de mercado do que ao desempenho financeiro tradicional.

Contudo, a construção e a manutenção de uma reputação sólida é um processo multifacetado, que depende de uma série de fatores, entre eles: a transparência na gestão, a adoção de boas práticas de governança corporativa e o cumprimento da legislação vigente, em conjunto com o alinhamento aos princípios de responsabilidade social, sustentabilidade e ética. Em um cenário cada vez mais exigente, qualquer falha em uma dessas áreas pode comprometer severamente a imagem da organização, acarretando impactos duradouros (Fombrun; Gardberg & Sever, 2020).

A realização desta pesquisa se justifica pela crescente relevância da reputação corporativa como um ativo estratégico no ambiente empresarial contemporâneo, especialmente diante das exigências do mercado em relação à responsabilidade socioambiental, à transparência e à governança. Portanto, a reputação se consolida como fator determinante para criação de valor (Fombrun & Van Riel, 2004; Walker, 2010), diante da elevada exposição a qual organizações são submetidas. Nesse cenário cada vez mais pautado por critérios ambientais, sociais e de governança (ESG), entender como a reputação influencia — e é influenciada — por esses fatores é essencial para que se possam realizar análises abrangentes e estratégicas acerca do desempenho corporativo (Freeman, 1984; Eccles *et al.*, 2014).

No contexto das empresas listadas na B3, a reputação corporativa assume papel ainda mais significativo, uma vez que há grande pressão por boas práticas de governança e a constante avaliação por parte de investidores, consumidores e demais *stakeholders* (Carroll & Shabana, 2010). A adoção de práticas sustentáveis e éticas tem sido amplamente associada à construção de uma imagem positiva e, por consequência, ao fortalecimento da confiança do mercado e à melhoria do desempenho financeiro.

Apesar disso, ainda são escassos os estudos que exploram de forma integrada a relação entre reputação corporativa, desempenho ESG e resultados financeiros no ambiente corporativo brasileiro, visto que há uma falta de evidências empíricas que conectem essas três dimensões sob uma perspectiva nacional (Reverte, 2016; Lourenço *et al.*, 2012). Dessa forma, esta pesquisa busca preencher essa lacuna acadêmica e prática, contribuindo para o aprofundamento do debate sobre o papel estratégico da reputação na geração de valor sustentável. Além disso, os resultados poderão oferecer subsídios relevantes para a tomada de decisão de gestores, investidores e formuladores de políticas voltadas à governança e à responsabilidade corporativa.

Diante desse panorama, é evidente que a reputação corporativa desempenha um papel central no desenvolvimento organizacional e influencia diretamente sua capacidade de se manter competitiva no mercado. Com isso, justifica-se a relevância de investigar de que forma a reputação impacta não apenas na adoção de práticas ambientais, sociais e de governança (ESG), mas também nos resultados financeiros das empresas listadas na B3. A fim de buscar concretizar tal investigação, surge o seguinte problema de pesquisa: como a reputação corporativa está associada ao desempenho ESG e financeiro das empresas listadas na B3?

2 Fundamentação Teórica

2.1 Reputação Corporativa e Sustentabilidade

A reputação corporativa é um ativo intangível que pode influenciar significativamente a percepção dos *stakeholders*, afetando desde a fidelização de clientes até o valor de mercado das organizações. Segundo o estudo conduzido em 2024 pela Data-Leaders, 71% dos líderes empresariais reconhecem que os investimentos em ESG são motivados principalmente pela preocupação com a reputação corporativa (Integridade ESG, 2024). Esta constatação reforça a tese de que a imagem organizacional transmitida à sociedade é fator determinante na

formulação das estratégias sustentáveis da empresa e exerce influência nas iniciativas adotadas pela mesma.

Dentro do contexto de empresas listadas na B3, tal reputação pode assumir grau de relevância ainda maior, à medida que o nível de visibilidade se constitui como um fator diferencial obrigatório. Além disso, em organizações inseridas no respectivo contexto, exige-se o cumprimento de padrões regulatórios e de governança corporativa, os quais impactam diretamente sua imagem perante o mercado e os *stakeholders* (B3, 2020).

O conceito de sustentabilidade tem evoluído significativamente nas últimas décadas, abrangendo não apenas aspectos ambientais, mas também sociais e de governança corporativa. Elkington (1998) introduziu o conceito de *Triple Bottom Line*, que preconiza a necessidade das empresas em buscar equilíbrio entre desempenho econômico, equidade social e responsabilidade ambiental. Nesse sentido, há uma tendência na adoção de práticas que visem minimizar os impactos negativos no meio ambiente, em conjunto com a promoção do bem-estar social.

2.2 Sustentabilidade Corporativa e práticas ESG

Porter e Kramer (2011) afirmam que as iniciativas sustentáveis e que promovem o bem-estar social geram efeitos para além da redução de riscos, ao criar também valor compartilhado. Isso demonstra que há uma conciliação entre interesses empresariais e sociais, não se limitando apenas ao mero cumprimento de obrigações legais. Portanto, tal abordagem holística tem influenciado as práticas de governança nas empresas da B3, onde a adoção de práticas ESG tornou-se um diferencial competitivo.

A sustentabilidade corporativa está fortemente vinculada à integração de práticas ESG na gestão das organizações. Tais práticas têm ganhado espaço como critérios de análise de risco e desempenho por parte de investidores e analistas de mercado. Conforme afirmam Friede, Busch e Bassen (2015), há um consenso crescente de que a integração desses fatores ESG contribui para que os tomadores de decisões identifiquem riscos e oportunidades financeiras de longo prazo. De acordo com a pesquisa realizada pela PwC Brasil (2023), 91% das empresas listadas no Ibovespa divulgaram relatórios com informações ESG, demonstrando avanço na transparência e no comprometimento com a responsabilidade socioambiental.

Contudo, há desafios relacionados à qualidade das informações prestadas. Segundo levantamento feito pela consultoria Bells & Bayes (Estadão, 2024), apenas 29% das empresas com elevado padrão de governança na B3 apresentam dados ESG auditados. Isso revela uma lacuna entre a divulgação e a verificabilidade das informações, o que pode comprometer a autenticidade dos relatórios e, consequentemente, a reputação e confiança empresarial.

2.3 Desempenho ESG e Financeiro

A análise da correlação entre desempenho ESG e resultados financeiros das empresas ocorre em decorrência de que os indicadores ESG correspondem, além de tudo, a um parâmetro de análise dos riscos e potenciais de retorno que a empresa possui. Uma pesquisa realizada por Pinheiro, Pinheiro e Paiva (2023) revelou que existe uma relação positiva entre a responsabilidade social corporativa e o desempenho financeiro de empresas listadas na B3. Os autores ressaltam que as empresas mais engajadas em práticas sustentáveis apresentam melhores indicadores de rentabilidade e valorização de mercado.

No caso da B3, um indicador relevante para determinar o comprometimento da organização com os planos e metas de ações ESG é o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3). Ademais, o Índice Carbono Eficiente (ICO2 B3) também está entre os indicadores que determinam tal comprometimento com metas sustentáveis e sociais, funcionando como referência para investidores que buscam e priorizam empresas com práticas responsáveis.

Conforme Eccles *et al.* (2014), como resultado, as empresas que integram esses índices tendem a apresentar menor custo de capital, maior atração de investimentos e melhor capacidade de lidar com eventos externos que possam impactar diretamente.

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) constituem uma agenda global adotada pelos Estados-membros das Nações Unidas em 2015, com o propósito de promover o desenvolvimento sustentável até 2030. Nesse sentido, as empresas passaram a desempenhar um papel estratégico na implementação dos ODS, por meio da integração de práticas ESG às suas operações e estratégias corporativas (PNUD, 2021). No Brasil, diversas empresas listadas na B3 – Brasil, Bolsa, Balcão vêm reportando suas ações de sustentabilidade e alinhamento aos ODS nos relatórios integrados e de sustentabilidade, reforçando o compromisso com práticas responsáveis e transparentes (B3, 2023). Essa integração entre ODS e práticas ESG tem se mostrado fundamental para impulsionar o desempenho sustentável e fortalecer a legitimidade institucional no mercado de capitais.

Corroborando com essa perspectiva, Santos (2024) analisou empresas brasileiras entre 2010 e 2023 e verificou que a pontuação ESG global impacta positivamente o desempenho financeiro, sendo a dimensão ambiental a que mais contribui para o aumento da rentabilidade e do valor das ações. Este achado é coerente com os dados divulgados pela Universidade Federal do Paraná (2023), que demonstram que empresas que seguem as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI) têm desempenho financeiro superior, medido por indicadores como *Return on Assets* (ROA) e *Return on Equity* (ROE).

2.4 Relações entre Reputação, Sustentabilidade e Desempenho

A interconexão entre reputação corporativa, sustentabilidade e desempenho financeiro é cada vez mais reconhecida por pesquisadores e profissionais do mercado. Organizações que adotam práticas sustentáveis e apresentam práticas ESG efetivas são percebidas de maneira mais positiva pelos *stakeholders* e despertam confiança dos investidores, por demonstrar sinal de boa governança e ética, conforme argumenta Jo e Harjoto (2011). Esse fato pode trazer resultados como maior lealdade de clientes, atração de talentos e preferência de investidores. Nesse sentido, a reputação construída a partir de compromissos sustentáveis pode se traduzir não apenas em melhores resultados financeiros e potencializador do desempenho organizacional, mas também em maior valorização das ações no mercado.

O estudo da Deloitte em parceria com o IBRI (2023) destaca que, para 77% dos executivos, a implementação de práticas ESG gera valor direto às empresas. A reputação, nesse contexto, não apenas é fortalecida por meio de ações sustentáveis, mas também retroalimenta os processos de melhoria organizacional, uma vez que empresas bem avaliadas tendem a receber mais apoio do mercado e da sociedade.

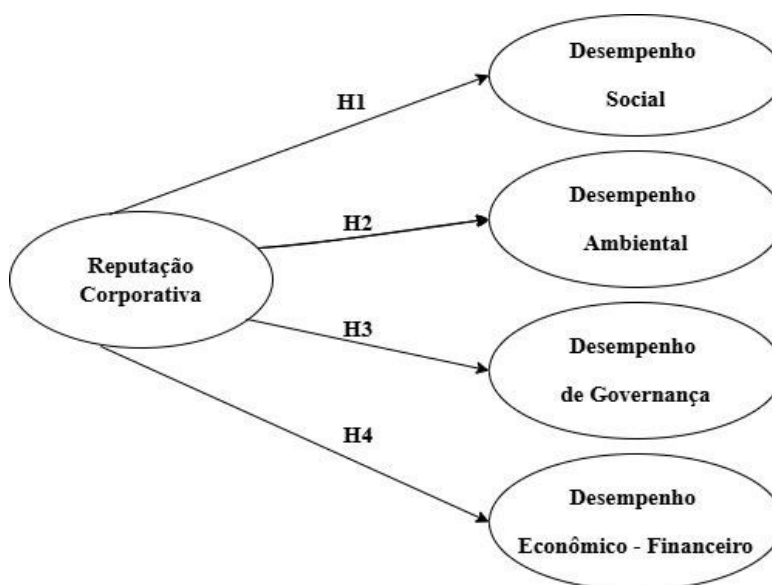
Dentro do cenário das empresas listadas na B3, as quais naturalmente estão sujeitas a olhares criteriosos de investidores e demais usuários da informação, os padrões ESG, a sustentabilidade e a reputação correspondem a pilares fundamentais para a permanência e destaque no mercado de capitais. Seguindo tal linha de raciocínio, Silva, Lima e Oliveira (2020) observam que empresas brasileiras com ampla divulgação das informações ESG tendem a apresentar maior estabilidade no valor de suas ações, além de um melhor desempenho financeiro.

Contudo, o desafio da padronização e da auditabilidade das informações ESG permanece como um entrave para a consolidação dessa inter-relação. Nesse sentido, as governanças corporativas, bem como o comprometimento ético, exercem papel central ao estabelecer mecanismos que assegurem a integridade e a consistência das práticas sustentáveis adotadas.

Diante do apresentado nessa seção, surgem as seguintes hipóteses de pesquisa, bem como, o Modelo Teórico representado pela Figura 1, onde se ilustra a representação do construto da pesquisa com as relações propostas nas hipóteses:

- H1: Há relação positiva entre a reputação corporativa e o desempenho social.
- H2: Há relação positiva entre a reputação corporativa e o desempenho ambiental.
- H3: Há relação positiva entre a reputação corporativa e o desempenho de governança.
- H4: Há relação positiva entre a corporativa e o desempenho econômico-financeiro.

Figura 01 - Modelo teórico da pesquisa



Fonte: Elaborado pelos autores

3. Delineamento metodológico

A pesquisa desenvolvida neste trabalho possui abordagem quantitativa, pois se fundamenta na coleta e análise de dados numéricos provenientes de fontes secundárias, utilizando técnicas estatísticas para tratar, medir, avaliar e interpretar os resultados. Quanto aos seus objetivos, a pesquisa se classifica principalmente como descritiva, uma vez que busca caracterizar e detalhar a relação entre reputação corporativa e desempenho nas dimensões ESG e financeira, das empresas listadas na B3. Ademais, apresenta aspectos exploratórios ao investigar possíveis influências e correlações entre as variáveis estudadas.

Em relação aos procedimentos técnicos, a pesquisa utiliza análise documental e levantamento de indicadores financeiros e ESG, acessados por meio de bases de dados oficiais e relatórios corporativos. O problema investigado centra-se em compreender como a reputação corporativa influencia tanto o desempenho de sustentabilidade quanto os resultados financeiros, bem como, identificar a magnitude dessa influência no contexto do mercado acionário brasileiro. Dessa forma, busca-se fornecer evidências empíricas que contribuam para o entendimento acadêmico e prático do tema.

A população deste estudo é composta por empresas listadas na B3. A amostra é composta por empresas listadas na B3 que possuem dados disponíveis na base *LSEG Workspace*. Os dados extraídos da base incluem indicadores financeiros (como receita, lucro líquido, patrimônio líquido, preço das ações), indicadores de desempenho ESG (ambiental, social e governança), e métricas relacionadas à reputação corporativa, tais como índices de *market-to-book*, preço/lucro, *ratings* de sustentabilidade, entre outros indicadores relevantes

para a análise proposta. Assim, o estudo visa garantir o acesso a informações consistentes e confiáveis, sobre indicadores ESG e financeiros para a realização da análise.

Foram coletados dados dos anos de 2019 a 2024, a fim de manter o estudo dentro do contexto atual. O foco está nas empresas listadas na B3, que é a principal bolsa de valores do país e uma das maiores da América Latina. Atualmente, a B3 conta com aproximadamente 400 empresas listadas, abrangendo diversos setores da economia brasileira. A escolha desse universo permite analisar organizações representativas do mercado nacional, facilitando a coleta de dados padronizados e o estudo das relações entre reputação corporativa, sustentabilidade e desempenho financeiro dentro do contexto brasileiro.

A população inicial da pesquisa foi composta por 2.130 observações, correspondentes às companhias listadas na B3, no período analisado. Deste total, foram excluídas 210 observações pertencentes ao setor financeiro, em razão das particularidades regulatórias e da estrutura de capital, características desse segmento, resultando na definição da população efetiva do estudo.

Posteriormente, procedeu-se à definição da amostra. Para tanto, foram eliminadas as observações que não apresentavam informações completas acerca das variáveis necessárias à investigação, a saber: indicadores ambientais, sociais e de governança (ESG), retorno sobre ativos (ROA), alavancagem, ativo total, setor de atuação e patrimônio líquido. Além disso, foram desconsideradas as companhias com patrimônio líquido negativo. Após a aplicação dos critérios de filtragem estabelecidos, obteve-se uma amostra final composta por 575 observações, a qual foi utilizada nas análises empíricas.

A Tabela 1 apresenta a distribuição da população e da amostra por setor econômico. Verifica-se que, embora alguns setores mantenham proporções semelhantes entre população e amostra, outros apresentaram redução expressiva. Destaca-se o setor Imobiliário, que passou de 288 observações (15,0% da população) para apenas 20 (3,66% da amostra), evidenciando elevada exclusão decorrente da ausência de dados completos. Em contrapartida, setores como Utilitários e Produtos básicos de consumo ampliaram sua representatividade relativa na amostra, passando de 12,19% para 16,17% e de 8,13% para 11,65%, respectivamente. Tais variações refletem diferenças na disponibilidade e na qualidade das informações ESG e financeiras entre os setores, o que impactou diretamente a composição final da amostra considerada neste estudo.

Tabela 1 - População e amostra da pesquisa

	Freq.	Percent	Freq.	Percent
Serviços de comunicação	84	4,38	20	3,48
Consumidor discricionário	462	24,06	145	25,22
Produtos básicos de consumo	156	8,13	67	11,65
Energia	54	2,81	27	4,70
Assistência médica	102	5,31	39	6,78
Industriais	324	16,88	85	14,78
Tecnologia da Informação	54	2,81	10	1,74
Materiais	162	8,44	69	12,00
Imobiliária	288	15,00	10	3,48
Utilitários	234	12,19	93	16,17
Total	1920	100,00	575	100,00

Fonte: Dados da pesquisa.

Para constructos desta pesquisa, as variáveis utilizadas foram definidas com base nos objetivos do estudo e na disponibilidade de dados públicos. A reputação corporativa será representada por uma variável binária, adotando como critério a presença do nome do fundador ou da família fundadora na razão social da empresa, conforme metodologia utilizada por Pérez-

González (2006). A presença desse elemento é considerada um sinal simbólico de continuidade, tradição e associação direta com a imagem da organização, podendo influenciar a percepção pública sobre sua reputação.

Os desempenhos social, ambiental e de governança serão mensurados a partir dos escores fornecidos pela base *LSEG Workspace*, que atribui notas de 0 a 100 para cada dimensão, com base em critérios padronizados e objetivos de avaliação ESG. Já o desempenho econômico-financeiro será avaliado por meio do indicador ROA (*Return on Assets*), calculado pela razão entre o EBIT e o total de ativos da empresa. O indicador ROA (Retorno sobre Ativos) expressa a eficiência com que a organização utiliza seus ativos para gerar retorno financeiro, sendo uma métrica fundamental para avaliar o desempenho operacional da empresa.

Para assegurar que a análise da influência da reputação corporativa, sobre o desempenho financeiro e ESG não seja comprometida por outras características organizacionais, este estudo incorpora variáveis de controle importantes. Entre elas, destacam-se o tamanho da empresa, geralmente mensurado pelo total de ativos ou pela receita líquida, que pode afetar o acesso a recursos e a capacidade de investimento; o crescimento da receita, indicador da dinâmica de expansão das operações; e o setor de atuação, que considera as particularidades e desafios específicos de cada segmento econômico, os quais podem impactar tanto o desempenho quanto a reputação da empresa. A inclusão dessas variáveis de controle é essencial para isolar o efeito da reputação corporativa e conferir maior robustez aos resultados da análise estatística.

3.1 Procedimentos de Coleta e Tratamento dos Dados

Os dados utilizados neste estudo serão coletados a partir de fontes secundárias confiáveis, com destaque para a coleta manual dos dados referentes à reputação corporativa. Realizada diretamente por meio da análise de documentos oficiais e sites institucionais das empresas, garantindo a precisão na identificação da presença do nome do fundador ou da família fundadora.

Já as demais variáveis, relacionadas aos desempenhos social, ambiental, de governança e econômico-financeiro, serão obtidas por meio da base de dados *LSEG*, reconhecida pela abrangência e qualidade das informações sobre indicadores ESG e financeiros. A coleta seguirá critérios rigorosos de seleção para assegurar a consistência e a comparabilidade dos dados ao longo do período analisado. Os dados coletados passarão por um processo inicial de organização, tratamento e padronização, com o objetivo de garantir a qualidade e a consistência das informações utilizadas na análise. Em seguida, será realizada uma análise estatística descritiva, a fim de identificar as principais características da amostra e o comportamento das variáveis envolvidas.

Para testar as hipóteses do estudo, será utilizada a regressão linear simples, uma vez que há apenas uma variável independente — a reputação corporativa — e quatro variáveis dependentes analisadas separadamente: os desempenhos social, ambiental, de governança e financeiro. Esse método permite verificar a existência e a intensidade da relação entre a reputação corporativa e cada um dos desempenhos, de forma individual. Segundo Gujarati (2006), a regressão linear simples é adequada para estimar a influência de uma única variável explicativa sobre uma variável dependente, proporcionando uma análise objetiva e direta da associação entre elas.

Neste estudo, ela permite investigar se a reputação corporativa exerce influência significativa sobre cada um dos desempenhos analisados (social, ambiental, de governança ou financeiro) de forma individual. De acordo com Gujarati (2006), a regressão linear simples é uma ferramenta estatística útil para quantificar a força e a direção da relação entre duas variáveis, fornecendo uma base objetiva para análise de dependência entre elas.

Como toda pesquisa baseada em dados reais, este estudo apresenta algumas limitações metodológicas que devem ser consideradas na interpretação dos resultados. Em primeiro lugar, os dados utilizados referem-se exclusivamente a empresas brasileiras listadas na B3, o que limita a generalização dos achados para outros contextos nacionais e internacionais, uma vez que, fatores institucionais, culturais e regulatórios podem influenciar tanto a reputação corporativa quanto o desempenho do ESG e financeiro.

Além disso, a análise é restrita a um recorte temporal específico, o que pode não captar variações estruturais de longo prazo ou efeitos decorrentes de mudanças conjunturais mais recentes. Outra limitação refere-se à disponibilidade e à qualidade dos dados, especialmente no que diz respeito às informações sobre reputação e aos indicadores ESG, que podem variar conforme os critérios de mensuração adotados pelas bases de dados utilizadas. Tais fatores devem ser levados em conta ao interpretar e generalizar os resultados e conclusões deste estudo.

Uma limitação importante refere-se à forma de mensuração da variável reputação corporativa, que neste trabalho foi operacionalizada por meio de indicadores específicos disponíveis na base de dados utilizada. Contudo, é importante destacar que a reputação pode ser mensurada por outras abordagens e métricas, tais como pesquisas de percepção, índices qualitativos ou avaliações de *stakeholders*, o que pode trazer diferentes perspectivas sobre sua influência no desempenho das empresas. Essa limitação sugere que futuras pesquisas explorem outras formas de mensuração para complementar e validar os achados apresentados.

4. Descrição e Análise dos Resultados

O presente capítulo está estruturado em quatro seções. Na primeira, apresenta-se a análise estatística descritiva das empresas listadas na B3 que compõem a amostra, permitindo uma visão geral das variáveis utilizadas no estudo.

Na segunda, expõem-se os resultados das regressões que investigam a relação entre a reputação corporativa e os pilares do desempenho ESG (ambiental, social e governança), bem como seus efeitos sobre o desempenho financeiro (ROA). Em seguida, procede-se à avaliação da hipótese e dos objetivos propostos, destacando as implicações dos achados para o problema de pesquisa. Por fim, realiza-se a discussão dos resultados.

4.1 Análise Estatística Descritiva

Este subcapítulo apresenta a estatística descritiva dos dados e tem como objetivo atender aos objetivos específicos relacionados à caracterização das práticas ESG, da reputação corporativa e do desempenho organizacional das empresas listadas na B3. A Tabela 2 reporta o número de observações, a média, o desvio-padrão, bem como, os valores mínimos e máximos das variáveis analisadas neste estudo.

Tabela 2 - Estatística descritiva das variáveis

Variável	Obs	Média	Desvio-Padrão	Min	Max
ROA	575	0,039	0,133	-0,818	1,678
ESG	575	0,513	0,201	0,043	0,917
pamb	575	0,489	0,256	0	0,971
pgov	575	0,505	0,229	0,032	0,935
psocial	575	0,545	0,229	0,006	0,966
reput	575	0,247	0,432	0	1
alav	575	0,720	0,554	0,004	7,103
at	575	23,752	1,225	20,003	27,749

Legenda: ROA: Retorno sobre o Ativo; ESG: Desempenho ESG consolidado; PAMB: Pilar Ambiental; PSOCIAL: Pilar Social; PGOVERN: Pilar Governança Corporativa; REPUT: Reputação Corporativa; ALAV: Alavancagem; AT: Ativo total. Fonte: Dados da pesquisa.

A Tabela 2 apresenta as estatísticas descritivas das variáveis utilizadas na pesquisa. O retorno sobre ativos (ROA) apresentou média de 3,9% e desvio-padrão de 13,3%, refletindo elevada heterogeneidade no desempenho financeiro das empresas analisadas. Em relação ao índice ESG, a média foi de 0,513, o que indica um nível intermediário de práticas ambientais, sociais e de governança na amostra.

Entre os pilares, o desempenho social (psocial) obteve média de 0,545, ligeiramente superior ao ambiental (pamb = 0,489) e ao de governança (pgov = 0,505). Quanto à reputação corporativa (reput), a média de 0,247 evidencia que aproximadamente um quarto das companhias listadas apresenta classificação positiva nesse indicador, representando uma minoria da totalidade de empresas, sendo uma proporção consistente com a caracterização da amostra.

Já a alavancagem (alav) apresentou média de 0,720, sinalizando dependência relevante de capital de terceiros, com casos extremos de elevado endividamento. Por fim, o ativo total (at), expresso em logaritmo natural, apresentou média de 23,752, confirmando a predominância de empresas de grande porte na amostra.

4.2 Análise de Correlação

Inicialmente, foi estimada a matriz de correlação de Pearson entre as variáveis consideradas no estudo, a fim de identificar a intensidade e a direção das relações lineares e verificar a possível presença de multicolinearidade. A Tabela 3 apresenta os coeficientes de correlação entre a reputação corporativa (reput), o índice agregado ESG (esg) e seus pilares de desempenho ambiental (pamb), social (psocial) e de governança (pgov), bem como, em relação ao desempenho financeiro medido pelo retorno sobre os ativos (roa).

Tabela 3 - Análise de Correlação

Painel A – Pearson								
Variáveis	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
(1) roa	1,000							
(2) esg	-0,007	1,000						
(3) pamb	0,033	0,863*	1,000					
(4) pgov	-0,060	0,762*	0,394*	1,000				
(5) psocial	-0,006	0,920*	0,771*	0,577*	1,000			
(6) reput	-0,026	0,035	0,033	-0,009	0,066	1,000		
(7) alav	-0,221*	-0,100*	-0,098*	-0,059	-0,096*	0,168*	1,000	
(8) at	-0,016	0,567*	0,529*	0,379*	0,530*	0,054	-0,165*	1,000

Painel B - Spearman								
Variáveis	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
(1) roa	1,000							
(2) esg	0,052	1,000						
(3) pamb	0,091*	0,840*	1,000					
(4) pgov	-0,026	0,763*	0,378*	1,000				
(5) psocial	0,064	0,912*	0,746*	0,579*	1,000			
(6) reput	0,008	0,056	0,030	-0,005	0,071	1,000		
(7) alav	-0,499*	0,048	0,071	0,014	0,036	-0,001	1,000	
(8) at	-0,005	0,556*	0,513*	0,367*	0,539	0,046	0,219*	1,000

Legenda: * $p < 0.05$; ROA: Retorno sobre o Ativo; ESG: Desempenho ESG consolidado; PAMB: Pilar Ambiental; PSOCIAL: Pilar Social; PGOVERN: Pilar Governança Corporativa; REPUT: Reputação

Corporativa; ALAV: Alavancagem; AT: Ativo total. Fonte: Dados da pesquisa.

Essa análise preliminar permite observar se empresas com maior reputação corporativa tendem a apresentar associação positiva com práticas sustentáveis e se tais dimensões mantêm relação com o desempenho econômico-financeiro. Esses dados servem de base para a interpretação dos resultados das regressões subsequentes.

A Tabela 3 apresenta, respectivamente, as matrizes de correlação de Pearson e Spearman entre as variáveis investigadas. De modo geral, observa-se que os três pilares do ESG — ambiental (pamb), social (psocial) e governança (pgov) — apresentam altos níveis de correlação positiva com o índice ESG, tanto em Pearson (pamb = 0,863; psocial = 0,920; pgov = 0,762) quanto em Spearman (pamb = 0,840; psocial = 0,912; pgov = 0,763). Esse resultado indica significância estatística, ou seja, uma correlação significativa ao nível de 5%, de modo que a probabilidade dessa correlação ocorrer ao acaso é menor que 5%. Com isso, o resultado evidencia consistência interna entre os indicadores que compõem o índice, reforçando sua validade como medida agregada.

Em relação ao desempenho financeiro, destaca-se a correlação negativa entre alavancagem e ROA, significativa em ambas as matrizes (Pearson = -0,221; Spearman = -0,499). Esse achado sugere que as variáveis andam em sentidos opostos, de modo que empresas com maior alavancagem tendem a apresentar ROA ligeiramente menor. Portanto, níveis mais elevados de endividamento estão associados a menor rentabilidade, resultado coerente com a literatura financeira que associa maior risco de alavancagem a pressões sobre o retorno contábil.

Por sua vez, a variável reputação corporativa (reput) apresenta correlações de baixa magnitude com os indicadores ESG e com o desempenho financeiro, tanto em Pearson quanto em Spearman. Esse padrão sugere que a influência da reputação sobre as práticas socioambientais, de governança e sobre a rentabilidade não se manifesta de forma linear simples, reforçando a necessidade de análise mais robusta por meio de modelos de regressão, a qual será manifestada adiante no estudo.

Além disso, o ativo total (at) mostrou correlação positiva moderada com o índice ESG (Pearson = 0,567; Spearman = 0,556) e com seus pilares, indicando que empresas de maior porte tendem a apresentar desempenho superior em práticas socioambientais e de governança. O que pode estar relacionado a maiores recursos disponíveis, para investir em políticas de sustentabilidade e transparência.

Por fim, vale ressaltar que o ROA apresenta correlações fracas ou inexistentes com ESG e suas dimensões (Pearson = -0,007; Spearman = 0,052). Esse indicativo demonstra que não há relação significativa entre os respectivos índices, deste modo, sugere que o desempenho financeiro não está diretamente ligado às práticas socioambientais e de governança, dentro da amostra analisada.

4.3 Análise e Discussão das Regressões

Após a análise preliminar das correlações, procedeu-se à estimação dos modelos de regressão. Com o objetivo de avaliar a relação entre a reputação corporativa (reput) e os pilares do desempenho ESG, ambiental (pamb), social (psocial) e de governança (pgov), bem como, seus efeitos sobre o desempenho financeiro, representado pelo retorno sobre os ativos (roa).

A Tabela 4 apresenta os coeficientes estimados, seus respectivos erros-padrão, valores de significância estatística e medidas de ajuste, o que permite verificar a intensidade e a direção das relações entre as variáveis analisadas. Essa etapa empírica possibilita testar as hipóteses propostas e evidenciar se a reputação corporativa exerce influência significativa sobre o

desempenho sustentável e de governança, assim como, sobre o desempenho econômico-financeiro, das empresas listadas na B3.

Tabela 4 - Regressões

	1	2	3	4
	psocial	pamb	pgov	roa
_cons	-0,835 (-1,89)	-1,362** (-2,89)	-0,339 (-0,55)	2,598** -2,91
reput	0,791*** -26,59	0,793** -23	0,139* -2,22	-0,160** (-2,87)
alav	-0,004 (-0,019)	-0,016 (-0,60)	0,028 -1,17	-0,087 (-0,57)
at	0,043* -2,28	0,060** -3,01	0,033 -1,24	-0,105** (-2,67)
Efeitos Fixos Ano	Sim	Sim	Sim	Sim
Efeitos Fixos Setor	Sim	Sim	Sim	Sim
Sig do modelo	0,000***	0,000***	0,000***	0,000***
R ² ajustado	32,45%	35,39%	16,72%	7,50%
VIF	1,13-1,52	1,13-1,52	1,13-1,52	1,13-1,52
Durbin-Watson (transformado)	1,587	1,449	1,538	2,321
N	575	575	575	575

Legenda: * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$; ROA: Retorno sobre o Ativo; ESG: Desempenho ESG consolidado; PAMB: Pilar Ambiental; PSOCIAL: Pilar Social; PGOVERN: Pilar Governança Corporativa; REPUT: Reputação Corporativa; ALAV: Alavancagem; AT: Ativo total. Fonte: Dados da pesquisa

Os testes de Breusch-Godfrey e Durbin-Watson indicaram a presença de autocorrelação de primeira ordem nos resíduos, o que poderia comprometer a eficiência dos estimadores e a validade das inferências. Para corrigir essa limitação, aplicou-se o método Prais-Winsten, com interação de Cochrane-Orcutt, que ajusta a regressão considerando a estrutura autorregressiva dos erros. Após a transformação, a estatística de Durbin-Watson apresentou valores próximos de 2 em todos os modelos, evidenciando a ausência de autocorrelação residual e assegurando maior robustez às estimativas reportadas, uma vez que demonstra que os erros do modelo não estão correlacionados entre si ao longo das observações.

Além disso, foi analisado o coeficiente de determinação (R^2), medida estatística que expressa o quanto a variação da variável dependente é explicada pelas variáveis independentes incluídas no modelo. De acordo com Gujarati (2011), valores mais elevados de R^2 indicam maior capacidade explicativa, embora não assegure, por si só, a adequação do modelo, já que não avaliam a causalidade nem a qualidade dos estimadores.

Nesse sentido, Wooldridge (2014) destaca que o R^2 deve ser interpretado em conjunto com outras estatísticas de diagnóstico, evitando conclusões equivocadas sobre a relevância do modelo. Complementarmente, Fávero e Belfiore (2017) ressaltam que, em análises empíricas aplicadas às ciências sociais e à administração, o R^2 funciona como um indicador preliminar da capacidade explicativa, mas não substitui a avaliação de significância estatística dos coeficientes.

No presente estudo, seguindo o raciocínio de que o coeficiente de determinação revela o poder explicativo do modelo, a interpretação do R^2 possibilita verificar em que medida a reputação corporativa e os indicadores ESG contribuem para explicar as variações observadas no desempenho organizacional e financeiro das empresas analisadas. Nesse sentido, permite-se avaliar quanto da variação no desempenho organizacional e financeiro é atribuído e influenciado pela ação conjunta da reputação corporativa com indicadores ESG. Ainda de acordo com Gujarati (2011), o R^2 é utilizado como critério de avaliação da qualidade do

modelo, de forma que um valor mais elevado representa melhor adequação, enquanto valores mais baixos indicam que há outros fatores que influenciam por fora do modelo proposto.

No modelo (1), que avalia o desempenho social (psocial), a variável reputação corporativa (reput) apresentou coeficiente positivo e altamente significativo ($\beta = 0,791$; $p < 0,001$), confirmando a Hipótese H1. Esse resultado indica que empresas com maior reputação tendem a apresentar níveis superiores de desempenho social, o que reforça a visão da reputação como um ativo intangível estratégico capaz de impulsionar práticas sociais (Fombrun *et al.*, 2020) e gerar valor compartilhado junto a *stakeholders* (Porter & Kramer, 2011). Esse achado corrobora a perspectiva do Triple Bottom Line (Elkington, 1998), ao demonstrar que empresas preocupadas com sua imagem tendem a investir em práticas sociais, como programas voltados à comunidade, diversidade e bem-estar dos colaboradores. Assim, a reputação funciona como incentivo para ampliar o impacto social positivo e consolidar a confiança de *stakeholders*.

No modelo (2), referente ao desempenho ambiental (pamb), a reputação também apresentou coeficiente positivo e estatisticamente significativo ($\beta = 0,793$; $p < 0,01$), corroborando a Hipótese H2. Esse resultado sugere que a vinculação da imagem da empresa a um nome de família ou fundador gera incentivos para práticas ambientais mais consistentes, alinhando-se ao conceito de Triple Bottom Line (Elkington, 1998), em que o desempenho sustentável deve abranger dimensões sociais, ambientais e econômicas. Tal resultado reforça a ideia de que empresas de renome são pressionadas a adotar práticas de preservação e mitigação de impactos ambientais, uma vez que falhas nesse campo podem comprometer diretamente a credibilidade associada ao nome da família fundadora.

A literatura aponta que a reputação fortalece a responsabilidade socioambiental como parte da estratégia empresarial (Jo & Harjoto, 2011), tornando-a elemento central da legitimidade organizacional. Nesse sentido, os achados sustentam que a reputação opera como mecanismo de autorregulação, estimulando comportamentos alinhados à sustentabilidade e reduzindo riscos reputacionais decorrentes de práticas negligentes.

No modelo (3), que analisa o desempenho de governança (pgov), a reputação mostrou coeficiente positivo e significativo ($\beta = 0,139$; $p < 0,05$), aceitando a Hipótese H3. Esse achado indica que a reputação pode contribuir para o fortalecimento de práticas de transparência e *accountability*, alinhado com estudos que apontam a reputação como fator que reduz riscos de agência e aumenta a credibilidade organizacional (Jo & Harjoto, 2011).

Ainda que o efeito seja de menor magnitude em comparação aos modelos social e ambiental, ele sugere que a reputação influencia positivamente também a governança corporativa. Esse resultado pode ser explicado pelo fato de que a manutenção do nome do fundador ou da família no mercado amplia a necessidade de práticas de transparência e controle, essenciais para resguardar o legado familiar.

De acordo com Fombrun *et al.* (2020), a reputação é construída a partir da percepção de consistência entre discurso e prática, o que torna a governança um pilar crucial para sustentar a confiança dos investidores e do público. Assim, a reputação atua como incentivo para a adoção de boas práticas de governança, reduzindo potenciais conflitos de agência e fortalecendo a credibilidade das companhias no mercado.

Por fim, no modelo (4), que avalia o desempenho financeiro (ROA), a reputação apresentou coeficiente negativo e estatisticamente significativo ($\beta = -0,160$; $p < 0,01$), o que leva à rejeição da Hipótese H4. Esse resultado aponta para um possível trade-off de curto prazo entre reputação e desempenho contábil-financeiro. Uma vez que, investimentos em iniciativas sociais e ambientais podem gerar custos imediatos que impactam a rentabilidade operacional.

Entretanto, conforme argumentam Porter e Kramer (2011), tais investimentos tendem a se traduzir em vantagens competitivas sustentáveis no longo prazo, mesmo que os efeitos financeiros não se materializem de forma imediata. Esse resultado indica que, embora a

reputação impulse práticas sociais, ambientais e de governança, os custos associados a tais iniciativas podem reduzir o retorno contábil no curto prazo. Esse achado dialoga com a literatura que problematiza a relação entre sustentabilidade e desempenho financeiro, destacando que a adoção de práticas ESG muitas vezes envolve investimentos significativos em inovação, monitoramento e conformidade regulatória (Kisato *et al.*, 2024).

Portanto, ainda que a reputação fortaleça dimensões socioambientais e de governança, seu impacto imediato sobre a rentabilidade financeira pode ser limitado ou até mesmo adverso, sugerindo que os ganhos econômicos relacionados à reputação e às práticas ESG tendem a emergir de forma gradual, consolidando-se no longo prazo. Inclusive através de criação de vantagem competitiva e mitigação de riscos, segundo Porter e Kramer (2011).

De forma geral, os resultados evidenciam que a reputação corporativa exerce influência positiva e significativa sobre as dimensões social, ambiental e de governança do desempenho ESG, mas apresenta relação negativa com a rentabilidade no curto prazo. Tais fatos reforçam a importância de considerar a reputação não apenas como reflexo da atuação corporativa, mas também como um fator estratégico capaz de direcionar práticas empresariais e impactar simultaneamente indicadores socioambientais e financeiros.

5 Conclusão

O presente estudo teve como objetivo investigar a relação entre a reputação corporativa e o desempenho sustentável e financeiro de empresas listadas na B3, considerando uma amostra final de 575 observações, composta por companhias que disponibilizaram dados de ESG em pelo menos um ano, dentre o período analisado de 2019 a 2024. Dentro desse conjunto, a partir das análises de correlação e regressão múltipla, verificou-se que aproximadamente 25% das observações correspondiam a empresas, cujo nome incluía o do fundador ou de membros da família fundadora. Essa característica foi utilizada como *proxy* de reputação corporativa, por representar uma associação direta entre a imagem pessoal do fundador e a identidade organizacional. Tal vínculo confere maior visibilidade e responsabilidade à gestão, considerando que a reputação constitui um ativo intangível estratégico (Fombrun *et al.*, 2020), capaz de influenciar a forma como as organizações orientam suas ações no mercado e respondem às demandas dos *stakeholders* em suas múltiplas dimensões.

Como resultado do estudo, observou-se que a reputação corporativa exerce influência positiva e estatisticamente significativa sobre os desempenhos social, ambiental e de governança. Tal fato sugere que empresas com maior reputação, baseando-se no nome familiar como parâmetro para índice de reputação tende a adotar práticas mais sustentáveis, impulsionando ações nesse sentido e fortalecendo o comprometimento na respectiva área, a fim de gerar valor simbólico e institucional para a organização.

Por outro lado, a ausência de significância na relação com o pilar de governança indica que a reputação corporativa tende a estar mais relacionada às dimensões social e ambiental, em detrimento dos mecanismos formais de governança. Quanto ao desempenho financeiro, observou-se uma associação negativa entre reputação e ROA, sugerindo uma possível consequência do investimento necessário que deve ser despendido para a implementação de práticas ESG, as quais naturalmente demandam custos. Portanto, isso leva a reflexos econômicos imediatos menos expressivos, de modo que os efeitos econômicos das práticas sustentáveis podem se manifestar, todavia, de forma indireta ou no longo prazo.

Sob a via teórica, este trabalho contribui para a literatura ao demonstrar empiricamente que a reputação corporativa, especialmente quando associada a fundadores ou famílias controladoras, desempenha papel relevante na adoção de práticas ESG e, consequentemente, no desempenho financeiro das empresas. Os resultados reforçam a visão teórica de que a reputação funciona como mecanismo de alinhamento entre a responsabilidade corporativa e a

criação de valor de longo prazo, além de atuar como ativo intangível estratégico, capaz de influenciar decisões gerenciais (Fombrun *et al.*, 2020).

Além disso, a pesquisa amplia o conhecimento existente sobre a relação entre ESG e performance organizacional, ao mostrar que a reputação corporativa fortalece principalmente os desempenhos social e ambiental, em detrimento do financeiro, complementando estudos anteriores que investigaram essas dimensões isoladamente (Silva & Silva, 2021; Freeman & Dmytriw, 2022). Dessa forma, o estudo oferece uma contribuição tanto para a teoria quanto para futuras pesquisas, ao integrar análise de reputação, sustentabilidade e desempenho financeiro em empresas brasileiras de capital aberto.

Do ponto de vista prático, os resultados deste estudo oferecem subsídios relevantes para a gestão estratégica de grandes empresas brasileiras. Ao evidenciar que a reputação corporativa está positivamente associada às práticas sociais e ambientais, os achados reforçam que investir em práticas ESG, além de ético, é estratégico e capaz de ampliar a legitimidade da empresa que carrega o nome do fundador ou da família fundadora, bem como aumentar a transparência e fortalecer o relacionamento com *stakeholders*.

Quanto aos acionistas e investidores, a presente pesquisa aponta que empresas com maior reputação tendem a apresentar maior comprometimento com a sustentabilidade, fato que pode impactar positivamente na percepção de risco e no valor de mercado. Já para os formuladores de políticas públicas, o estudo evidencia a necessidade de primar pela transparência e elaborar medidas no sentido de padronizar as regulamentações voltadas a práticas ESG, de modo a promover alinhamento das empresas às diretrizes globais de sustentabilidade. Ainda, demonstra que iniciativas que promovam a visibilidade e responsabilidade corporativa podem promover práticas ESG mais robustas, contribuindo também para o respectivo desenvolvimento de estratégias regulatórias e programas de incentivo voltados à sustentabilidade empresarial no Brasil.

Os resultados deste estudo também apresentam implicações para a sociedade em geral, ao indicar que empresas com maior reputação corporativa tendem a adotar práticas sociais e ambientais mais consistentes, contribuindo para o bem-estar coletivo e para a preservação do meio ambiente.

Essa postura corporativa alinhada à sustentabilidade apoia diretamente o alcance de diversos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da ONU, em especial o ODS 8 (Trabalho decente e crescimento econômico), o ODS 12 (Consumo e produção responsáveis) e o ODS 13 (Ação contra a mudança global do clima). Ao demonstrar que a reputação empresarial influencia positivamente essas dimensões, o estudo evidencia como práticas estratégicas de gestão podem gerar impactos sociais e ambientais relevantes, reforçando a importância de políticas corporativas que integrem sustentabilidade, governança e responsabilidade social no contexto brasileiro.

Apesar das contribuições apresentadas, este estudo apresenta algumas limitações que devem ser consideradas. Primeiramente, a análise foi restrita a empresas listadas na B3 que disponibilizaram dados ESG em pelo menos um ano do período analisado, o que pode limitar a generalização dos resultados para outras companhias, mercados ou setores.

Além disso, a mensuração da reputação corporativa se restringiu à associação ao nome de fundadores ou famílias controladoras, não contemplando outras formas de avaliação reputacional, como rankings especializados ou percepção de *stakeholders*. Como sugestão para pesquisas futuras, recomenda-se ampliar a amostra para incluir empresas de outros setores e mercados internacionais, explorar diferentes indicadores de reputação corporativa e investigar os efeitos que ocorrem no longo prazo acerca da relação da reputação sobre o desempenho ESG e valor de mercado. Adicionalmente, futuros estudos podem analisar a influência de fatores

contextuais, como regulação, cultura organizacional e governança, na relação entre reputação e sustentabilidade corporativa.

REFERÊNCIAS

B3 – Brasil, Bolsa, Balcão. (2020). *Guia de sustentabilidade para emissores*. São Paulo: B3. Disponível em: <https://www.b3.com.br/> . Acesso em: 11 maio 2025.

Thomaz, J. C., & Brito, E. P. Z. (2010). Reputação corporativa: construtos formativos e implicações para a gestão. *Revista de Administração Contemporânea*, 14(2), 229–250. <https://doi.org/10.1590/s1415-65552010000200004>. Acesso em: 30 out. 2025.

Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: a Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>

Deloitte; Ibri. Organizações devem promover avanços significativos na implementação das práticas ESG até 2030, aponta estudo da Deloitte com o IBRI. Disponível em: <https://www.deloitte.com/br/pt/about/press-room/ibri-2023.html> . Acesso em: 10 maio 2025.

Dias, R. G., & Araújo, A. P. (2021). O impacto da governança corporativa no desempenho financeiro das empresas brasileiras. *Revista Contabilidade & Finanças*, 32(85), 33–48. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rcf/article/view/179208> . Acesso em: 07 abr. 2025.

Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). The Impact of Corporate Sustainability on Organizational Processes and Performance. *Management Science*, 60(11), 2835–2857. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.1984>

Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. New Society Publishers. Oxford: Capstone, 1998.

Estadão. Apenas 29% das empresas com regras rígidas de governança na B3 divulgam dados sobre ESG auditados. Estadão Summit ESG, 8 jul. 2024. Disponível em: <https://summits.estadao.com.br/esg/2024/07/08/apenas-29-das-empresas-com-regras-rigidas-de-governanca-na-b3-divulgam-dados-sobre-esg-auditados/> . Acesso em: 01 maio 2025.

Fávero, L. P., & Belfiore, P. (2017). *Manual de análise de dados: Estatística e modelagem multivariada com Excel, SPSS e Stata*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Fávero, L. P., Belfiore, P., Silva, F. L., & Chan, B. L. (2009). *Análise de dados: Modelagem multivariada para tomada de decisões* (2ª ed.). Rio de Janeiro: Elsevier

Fombrun, C., Gardberg, N. A., & Sever, J. M. (2000). The Reputation QuotientSM: A multi-stakeholder measure of corporate reputation. *Journal of Brand Management*, 7(4), 241–255. Disponível em: <https://www.redalyc.org/10.1057/bm.2000.10> . Acesso em: 07 abr. 2025.

Fombrun, C., Van Riel, C. B. M., & Wijnberg, N. M. (2020). The reputation landscape: A strategic framework. Oxford: Oxford University Press.

Freeman, R. E., & Dmytriw, A. (2022). ESG, corporate reputation and firm performance: Evidence from emerging markets. *Journal of Business Ethics*, 174(2), 389–408. <https://doi.org/10.1007/s10551-020-04640-0>

Gonçalves, F. A., & Câmara, L. A. (2018). Reputação corporativa como diferencial competitivo: Uma análise bibliométrica da produção científica nacional. *Revista de Administração Mackenzie*, 19 (3), 1–24. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/ZKv7K9HFY3dSnxZDJRYjCZn/> . Acesso em: 07 abr. 2025.

Gujarati, D. N. (2006). *Econometria básica* (4. ed.). AMGH.

Gujarati, D. N. (2011). *Econometria básica* (5. ed.). AMGH.

IBGC – INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA. Código das melhores práticas de governança corporativa. 5. ed. São Paulo: IBGC, 2015. Disponível em: <https://www.ibgc.org.br> . Acesso em: 07 abr. 2025.

INTEGRIDADE ESG. Reputação motiva líderes a investir em ESG, diz estudo com gestores de diferentes segmentos. Disponível em: <https://integridadeesg.insightnet.com.br> . Acesso em: 01 maio 2025.

JO, Han; HARJOTO, Muhammad A. O efeito causal da governança corporativa sobre a responsabilidade social corporativa. *Journal of Business Ethics*, v. 106, n. 1, p. 53–72, 2011.

KISATO, Lauriany; MAZZIONI, Sady; SOSCHINSKI, Caroline Keidann; ROSA, Fabricia Silva da. Influência da reputação corporativa e do comportamento corporativo responsável no desempenho de mercado. *Revista de Contabilidade, Gestão e Governança*, v. 27, n. 2, p. 1–25, 2024. Disponível em: <https://revistacgg.org/index.php/contabil/article/view/3203> Acesso em: 13 abr. 2025.

KPMG. (2022). *How to report on the SDGs: What good looks like and why it matters*. KPMG International. <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2022/sdg-reporting.pdf>

Lourenço, I. C., Branco, M. C., Curto, J. D., & Eugénio, T. (2012). How does the market value corporate sustainability performance? *Journal of Business Ethics*, 108 (4), 417–428.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). Transformando nosso mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável. Nova York: ONU, 2015. Disponível em: <https://sdgs.un.org/2030agenda>. Acesso em: 04 out. 2025.

Pérez-González, F. (2006). Inherited control and firm performance. *American Economic Review*, 96*(5), 1559–1588. DOI: 10.1257/aer.96.5.1559. Acesso em: 09 junho 2025.

Pinheiro, L. B. G., Pinheiro, B. G., & Paiva, L. E. B. (2023). Responsabilidade social corporativa e desempenho financeiro: Uma análise de empresas listadas na B3. *Revista Catarinense da Ciência Contábil*, 22, e3653.

Disponível em: <https://revista.crcsc.org.br/index.php/CRCSC/article/view/3381>
. Acesso em: 01 maio 2025.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value: Como reinventar o capitalismo e liberar uma onda de inovação e crescimento. *Harvard Business Review*, 89 (1–2), 62–77.

PWC Brasil. Pesquisa ESG 2023. Disponível em: <https://www.pwc.com.br> . Acesso em: 05 maio 2025.

Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD). (2021). *Relatório de Desenvolvimento Humano 2021/2022: Tempos incertos, vidas instáveis*. PNUD.
<https://hdr.undp.org/>

Reverte, C. (2016). Corporate social responsibility disclosure and market valuation: Evidence from Spanish listed firms. *Review of Managerial Science*, 10(2), 411–435.
<https://doi.org/10.1007/s11846-014-0151-7>

Santos, R. C. P. (2024). Integração de aspectos ESG no desempenho das empresas listadas na B3 [*Dissertação de Mestrado, Fundação Getulio Vargas*]. Fundação Getulio Vargas.
Disponível em: <https://repositorio.fgv.br/items/f6452a8e-760d-4048-b005-3729482dfe0b> .
Acesso em: 12 maio 2025.

Walker, K. (2010). A Systematic Review of the Corporate Reputation Literature: Definition, Measurement, and Theory. *Corporate Reputation Review*, 12(4), 357–387.
<https://doi.org/10.1057/crr.2009.26>

Wooldridge, J. M. (2014). *Introdução à econometria: Uma abordagem moderna* (5ª ed.). São Paulo: Cengage Learning.