



ANÁLISE DO GRAU DE DIVULGAÇÃO SOCIOAMBIENTAL DA EMPRESA BRASILEIRA A PARTIR DOS RELATÓRIOS GRI

ANALYSIS OF THE DEGREE OF SOCIO-ENVIRONMENTAL DISCLOSURE OF THE BRAZILIAN FIRM ACCORDING THE GRI REPORTS

ANÁLISIS DEL GRADO DE DIVULGACIÓN SOCIOAMBIENTAL DE LA EMPRESA BRASILEÑA A PARTIR DE LOS INFORMES GRI

VICENTE LIMA CRISÓSTOMO CORREIO

ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0002-8593-0471>

Professor do Depto de Ciências Contábeis/Faculdade de Economia da Universidade Federal do Ceará. Áreas de interesse: Finanças Corporativas, Responsabilidade Social Corporativa, Governança Corporativa, Investimento Empresarial, Estrutura de Propriedade, Avaliação de Empresas. Doutorado em Economia Financeira pela Universidade de Valladolid/Espanha. Mestre em Ciências da Computação pela Universidade Federal de Santa Catarina. Graduado em Ciências Contábeis e Ciências da Computação pela Universidade Federal do Ceará.

VICTOR DANIEL VASCONCELOS CORREIO

ORCID iD: <http://orcid.org/0000-0002-1756-6241>

Bacharel em Ciências Contábeis. Bolsista PET Curso de Ciências Contábeis. Mestrando em Administração e Controladoria/Universidade Federal do Ceará. Bolsista de mestrado da Fundação Cearense de Apoio ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico (Funcap)

RESUMO

Tem havido uma tendência de aprimoramento de relatórios de sustentabilidade, parecendo ter a GRI papel relevante neste processo. Este trabalho objetiva avaliar o grau de divulgação de informação de responsabilidade social e sustentabilidade da empresa brasileira a partir da análise dos relatórios GRI, e seus fatores determinantes. Analisou-se o conteúdo dos itens do relatório GRI considerando o grau de divulgação de cada um. Faz-se uma análise da evolução deste nível de divulgação para a amostra de 416 observações anuais de empresas no período 2003-2015. Ademais, compara-se médias do grau de disclosure por grupos de empresas de acordo com alguns atributos, e, estima-se um modelo que busca explicar o grau de disclosure. Os resultados indicam que empresas adotam diretrizes GRI, divulgam relatórios integrados e de maior porte, tendem a ter superior grau de divulgação.

Palavras-chave: Responsabilidade Social; Sustentabilidade; Disclosure; Conteúdo informativo.



Revista Administração de Empresas Unicuritiba.

[Received/Recebido: Outubro, 10 2020; Accepted/Aceito: Novembro 20, 2020]

Este obra está licenciado com uma Licença [Creative Commons Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional](http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).



ABSTRACT

There has been a trend to improve sustainability reporting, with the GRI apparently playing a relevant role in this process. This paper aims to evaluate the degree of social responsibility and sustainability disclosure of the Brazilian company from the analysis of GRI reports, and its explanatory factors. Content analysis of GRI reports was performed taking into account the degree of disclosure of each report item. An analysis of the evolution of this degree is made for the sample of 416 firm-year observations in the period 2003-2015. In addition, we compare the degree of disclosure by groups of firms according to some attributes and estimate a model that seeks to explain the firm degree of disclosure. Results show that firms that adopt GRI guidelines, integrated report, and larger firms tend to have a higher degree of disclosure.

Key Words: Social Responsibility; Sustainability; Disclosure; informative content

RESUMEN

Hay una tendencia a mejorarse los informes de sostenibilidad, y el GRI parece desempeñar un papel relevante en ello. El trabajo mide el grado de divulgación de informaciones de responsabilidad social y sostenibilidad de la empresa brasileña a partir del análisis de los informes GRI, y sus factores determinantes. El contenido del informe GRI fue analizado considerando el grado de divulgación de cada ítem. Se hace un análisis de la evolución del grado para la muestra de 416 observaciones anuales de empresas en el período 2003-2015. Además, se compara el grado de divulgación por grupos de empresas según algunos atributos y se estima un modelo que busca explicar el grado de divulgación. Los resultados muestran que las empresas que adoptan las directrices GRI, el informe integrado, y empresas más grandes tienden a tener un mayor grado de divulgación.

Palavras chave: Responsabilidade Social; Sustentabilidade; Divulgação; Conteúdo informativo.

INTRODUÇÃO

Em décadas recentes, as empresas começaram a ser cobradas não somente por seu desempenho econômico-financeiro, mas também por uma conduta responsável no relacionamento com seus diversos *stakeholders* e o meio ambiente e por sua preocupação com sustentabilidade. Neste contexto, ganha relevo a atuação de outros *stakeholders*, além dos três tradicionalmente abordados pela Teoria da Agência – acionista, gestor, credor – (JENSEN; MECKLING, 1976), e a preocupação da empresa





com sua atuação socialmente responsável e atenta a questões de sustentabilidade, não somente sua, mas também do entorno e do conjunto de *stakeholders* que interagem com ela (AGUILERA; RUPP; WILLIAMS; GANAPATHI, 2007; GOOYERT; ROUWETTE; VAN KRANENBURG; FREEMAN, 2017; LEE; PALMON; YEZEGEL, 2016; MCWILLIAMS; SIEGEL; WRIGHT, 2006). Este é o ponto central da Teoria *Stakeholder* sob a qual o relacionamento da empresa com o amplo espectro de diferentes *stakeholders* que se relacionam com ela, como também com o meio ambiente, é relevante. O enfoque *Stakeholder* propõe que as empresas começam a ser avaliadas também pela boa relação que tem com este amplo leque de *stakeholders* e o meio ambiente (FREEMAN; WICKS; PARMAR, 2004; JAMALI, 2008).

O novo cenário de mais exigência de comportamento ético das empresas parece estar suscitando uma mudança de comportamento destas que passam a ter a questão social e de sustentabilidade como relevante. Na busca por melhoria de imagem e de reputação, bem como de legitimação das suas atividades, e até mesmo ganho de vantagem competitiva, as empresas emitem sinais de estar procurando incorporar as preocupações relativas ao relacionamento com o conjunto de seus *stakeholders* e com o meio ambiente ao seu processo estratégico (COCHRAN, 2007; FERRÓN VILCHEZ; DARNALL; ARAGÓN CORREA, 2017; MACHADO FILHO; ZYLBERSZTAJN, 2004; REAST; MAON; LINDGREEN; VANHAMME, 2013).

O movimento no sentido de empreender ações de responsabilidade social e de sustentabilidade gera a expectativa de retorno por parte da empresa que compense o investimento direto realizado, como também a adequação organizacional. No caso de informação sobre responsabilidade social e sustentabilidade a empresa estará publicando voluntariamente informação a respeito de tais ações voluntária o que implica em custo adicional e maior expectativa de retorno (VERRECCHIA, 2001). Há resultados que sinalizam que a divulgação de relatórios de sustentabilidade de empresas que se destacam em ações sociais tem influência positiva considerável na opinião pública (BHARDWAJ; CHATTERJEE; DEMIR; TURUT, 2018; CURRAN, 2017; PFAU; HAIGH; SIMS; WIGLEY, 2008). De fato, a pesquisa tem apresentado números que apontam um





crescimento da quantidade de empresas que publicam relatórios contendo informações sobre responsabilidade social e sustentabilidade no contexto internacional e no Brasil, já havendo também muitas que divulgam relatórios de sustentabilidade integrados a relatórios financeiros (CRISÓSTOMO; PRUDÊNCIO; FORTE, 2017; FREITAS; FREIRE, 2017; KPMG, 2013).

O crescimento do número de relatórios de sustentabilidade talvez tenha ensejado a pesquisa sobre a qualidade dos mesmos e o seu potencial para satisfazer a demanda do mercado por informação e, assim, permitir uma adequada avaliação do desempenho social da empresa bem como de sua preocupação com a sustentabilidade (ADAMS, 2004; TSCHOPP; HUEFNER, 2015; UNERMAN, 2000). Resultados nesta temática têm apontado uma necessidade de melhoria dos relatórios que parecem priorizar informações mais superficiais sobre intenções e objetivos da empresa em lugar de divulgar informações concretas sobre ações realizadas (BOUTEN; EVERAERT; VAN LIEDEKERKE; DE MOOR *et al.*, 2011; HOPWOOD, 2009; VAN STADEN; HOOKS, 2007).

Este trabalho tem como objetivo avaliar o grau de divulgação de informação de responsabilidade social e sustentabilidade da empresa brasileira a partir da análise dos relatórios GRI, e os fatores determinantes deste grau de divulgação. Para tanto se propõe a utilização de uma métrica de grau de divulgação de informação baseada no conteúdo informativo apresentado nos itens do relatório de sustentabilidade publicado através da GRI.

Com base em uma amostra de 416 observações anuais de 99 empresas brasileiras, no período 2003-2015, os resultados sinalizam que empresas que seguem as diretrizes GRI tendem a ter superior grau de divulgação, assim como também empresas que divulgam relatório integrado e de maior tamanho.

O trabalho soma-se a pesquisa anterior no Brasil que analisa o volume de informação divulgada pela empresa a partir da análise de conteúdo de relatórios de sustentabilidade como também os atributos que contribuem para a qualidade dos





relatórios (NOSSA; SANTOS; NOSSA, 2017; OLIVEIRA, 2005; ROVER; TOMAZZIA; MURCIA; BORBA, 2012; VIANA JUNIOR; CRISÓSTOMO, 2017).

O trabalho está organizado em quatro seções, além desta introdução. A seção 2 apresenta a revisão de literatura e as hipóteses. A metodologia e a amostra são detalhadas na seção 3. Os resultados são mostrados na seção 4 e as conclusões da pesquisa são apresentadas na seção 5.

REFERENCIAL TEÓRICO E HIPÓTESES

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

O livro “*Social Responsibilities of the Businessman*” de 1953 de Howard R. Bowen é apontado como a primeira obra a conceituar responsabilidade social ao sugerir que seja a obrigação da empresa de seguir linhas de ação que são desejáveis para os objetivos e valores da sociedade (ARENA; AZZONE; MAPELLI, 2018; CARROLL, 1999; GHOBADIAN; MONEY; HILLENBRAND, 2015; MARTÍNEZ; FERNÁNDEZ; FERNÁNDEZ, 2016). A responsabilidade social e preocupação com sustentabilidade da empresa é considerada como uma resposta a pressões sociais relacionadas com demandas e expectativas de amplo espectro de *stakeholders* relacionados à necessidade de comportamento ético com este conjunto de *stakeholders* e com o meio ambiente, sendo estudada sob algumas dimensões de atuação (BLASI; CAPORIN; FONTINI, 2018; CARROLL, 1979; COCHRAN, 2007; DAHLSTRUD, 2008; HALEEM; FAROOQ; WÆHRENS, 2017): dimensão social, dimensão ética, dimensão *stakeholder*, dimensão econômica, dimensão ambiental, e dimensão voluntariedade. Nos anos de 1980, o surgimento do terceiro setor e a criação do IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) foram impulsionadores da questão da responsabilidade social no mundo empresarial. Foi um marco neste período a publicação do relatório de atividades sociais do sistema Telebrás (TREVISAN, 2002). Em 1997, o IBASE lança uma proposta de





“Balanço Social” adequado à realidade brasileira pretendendo fomentar a ação social empresarial no Brasil e permitir às empresas uma forma de divulgação da mesma (DEGENHART; MAZZUCO; KLANN, 2017; IBASE, 2008; RIBEIRO; ALVES; TAFFAREL; MENON, 2017).

Nos anos 1990, o Instituto Ethos também propôs às empresas uma forma de divulgar suas ações de responsabilidade social. O Instituto tem como missão ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável (ANHOLON; QUELHAS; LEAL FILHO; DE SOUZA PINTO *et al.*, 2016; ARIZTÍA; KLEINE; BRIGHTWELL; AGLONI *et al.*, 2014; SEVERO; GUIMARÃES; HENRI DORION, 2018). O seu primeiro modelo de relatório foi chamado “Responsabilidade Social nas Empresas – Primeiros Passos” e, em 2007, lançou-se um novo modelo que passou a ser chamado de Guia para Elaboração de Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade, tendo como objetivo, entre outros, elevar a qualidade dos Relatórios de Sustentabilidade ou Balanço Social das empresas (INSTITUTO_ETHOS, 2007).

Em 2005 é criado o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), em sintonia com índices similares em outros países, com o objetivo de estimular a preocupação empresarial com questões sociais e de sustentabilidade, e também permitindo às empresas uma oportunidade de divulgação do seu grau de preocupação com estas questões (ALTINTAS; ADILOGLU; ALTINTAS, 2007; CRISÓSTOMO; OLIVEIRA, 2016; TEIXEIRA; NOSSA; FUNCHAL, 2011). Como se vê, diferentes iniciativas que buscam incentivar a preocupação socioambiental da empresa têm oferecido à empresa um veículo de divulgação da sua preocupação com estes aspectos.

2.2 DESCOSTURE SOCIAL E AMBIENTAL

Como mencionado anteriormente, a questão da divulgação parece ser relevante para a entidade empresarial. O *disclosure* social e ambiental, nada mais é que a divulgação das informações sociais e ambientais por parte das empresas tendo um papel chave no desenvolvimento sustentável das organizações (BONSÓN; BEDNÁROVÁ,





2015). Apesar da não obrigatoriedade as empresas divulgam essas informações por uma série de fatores, como melhorar a imagem institucional da empresa ou legitimar suas ações perante a sociedade (KUZEY; UYAR, 2017; LEE; YOON; O'DONNELL, 2018; QIU; SHAUKAT; THARYAN, 2016).

A divulgação de relatórios de sustentabilidade pode ser analisada sob distintos enfoques teóricos. Sob o arcabouço institucional, argumenta-se que forças externas à empresa podem moldar a política de responsabilidade social e preocupação com sustentabilidade da empresa. Tais forças podem ser regulatórias e/ou normativas como também cognitivas, de acordo com o entorno no qual a empresa encontra-se. Estas forças moldariam então a responsabilidade social da empresa que poderia ter que ajustar sua estrutura e conduta às regras do entorno (CAMPOPIANO; DE MASSIS, 2015; DIMAGGIO; POWELL, 1983). Através do *disclosure* a empresa sinalizaria sua conduta socialmente responsável aos *stakeholders*.

Sob o enfoque da Teoria da Legitimação há uma previsão de que a empresa busca melhorar a percepção que *stakeholders* principais da empresa têm a respeito dela. A publicação de informação sobre responsabilidade socioambiental e de preocupação com sustentabilidade é um importante instrumento que pode permitir atingir este objetivo e melhorar a imagem e reputação da empresa (DEEGAN, 2002; DOWLING; PFEFFER, 1975; SUCHMAN, 1995; TILLING; TILT, 2010).

2.3 Global Reporting Initiative

Em 1997, surge a *Global Reporting Initiative (GRI)*, visando fomentar a elaboração de relatórios de sustentabilidade que auxiliem as organizações a divulgar suas metas e ações sociais e de sustentabilidade, bem como permitir a divulgação de relatórios que facilitem a avaliação das organizações que divulgam tais relatórios, sugeriu diretrizes para elaboração de relatórios de sustentabilidade. A GRI é uma organização independente, sem fins lucrativos, surgida do esforço da organização não governamental *Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES)* e do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA). A GRI propõe o desenvolvimento de relatórios de sustentabilidade que abordem aspectos econômicos, sociais e ambientais





pretendendo que estes se tornem padrão na tentativa de harmonizar a divulgação deste tipo de informação (CHEN; FELDMANN; TANG, 2015; CRISÓSTOMO; PRUDÊNCIO; FORTE, 2017; LEITE FILHO; PRATES; GUIMARÃES, 2009; NIKOLAEVA; BICHO, 2011; WILLIS, 2003). A GRI evoluiu a partir da abordagem original com ênfase na dimensão ambiental para abranger as demais facetas da responsabilidade social e sustentabilidade como sugerido sob a denominação *triple bottom line* de tal modo que a GRI propõe que o objetivo dos relatórios de sustentabilidade seja descrever os impactos econômicos, ambientais e sociais de uma organização (MILNE; GRAY, 2013; NIKOLAEVA; BICHO, 2011).

Desde o início, a GRI lançou algumas versões de um conjunto de diretrizes para a elaboração de relatórios de RSC e sustentabilidade: G1, G2, G3, G3.1 e G4. O primeiro conjunto de diretrizes (G1) foi proposto em 2000, representando a primeira estrutura global abrangente de relatórios de sustentabilidade. Em 2002 foi lançado o G2, e no ano de 2006 foi publicado G3, fruto de trabalho de um grupo de mais de 3000 especialistas de empresas, sociedade civil e do movimento trabalhista. O modelo G3 destaca a abordagem multi-stakeholder, que foi melhorado em 2011, com o conjunto de diretrizes G3.1. O conjunto de diretrizes foi atualizado e lançado o G4 em 2013. As diretrizes G4 enfatizam a necessidade de as organizações concentrarem o processo de elaboração do relatório e o produto final em tópicos materiais para suas atividades e principais *stakeholders* (TREVISAN, 2002). Nas diretrizes G4 existem conteúdos para padrões gerais, que oferecem uma visão geral das características organizacionais estratégia e análise, perfil organizacional, aspectos materiais identificados e limites, engajamentos de *stakeholders*, perfil do relatório, governança, ética e integridade, além de apresentarem nos conteúdos específicos, seis categorias (econômica, ambiental, práticas trabalhistas e trabalho decente, direitos humanos, sociedade e responsabilidade pelo produto) e cada categoria mostram vários aspectos.

As diretrizes GRI têm como objetivo ajudar as empresas a elaborar relatórios de sustentabilidade com relevante conteúdo informativo, i.e., relatórios que contenham informações importantes sobre a responsabilidade social da empresa bem como sobre





sua preocupação com a sustentabilidade. Além disto, a GRI também pretende tornar o processo de relato de responsabilidade social e sustentabilidade uma prática padrão de modo a permitir uma melhor análise de empresas individualmente e em seu conjunto. A GRI tem se firmado como um importante meio para divulgação das informações, considerando-se o crescimento da adesão por empresas de todo o mundo como também de distintos portes, e mesmo de organizações não empresariais (CRISÓSTOMO; PRUDÊNCIO; FORTE, 2017; KUZEY; UYAR, 2017).

Atualmente os relatórios com as diretrizes GRI são os mais usados internacionalmente e apresentam parcerias com organizações, como *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD), *United Nations Environment Programme* (UNEP), *United Nations Global Compact* (UN Global Compact) e *International Organization for Standardization* (ISO).

2.3 HIPÓTESES

O avanço no empreendimento de ações sociais e de sustentabilidade das empresas brasileiras tem ocasionado o incremento do número de relatórios de sustentabilidade produzidos por estas organizações e tem motivado a realização de pesquisa sobre grupos de empresas mais propensos a divulgar estas informações por razões de obrigação ou por busca de criação de valor como também a pesquisa sobre os relatórios GRI em si.

A literatura tem apontado a GRI (*Global Reporting Initiative*) como uma organização com boa reputação, conhecida mundialmente, e que parece estar sendo capaz de fomentar a elaboração e divulgação de relatórios de sustentabilidade de empresas e outras organizações seguindo ou não suas diretrizes (BARKEMEYER; PREUSS; LEE, 2015; CRISÓSTOMO; PRUDÊNCIO; FORTE, 2017; DEMONIER; DEMONIER; PIRES, 2015; MILNE; GRAY, 2013). Com este objetivo de fomentar a divulgação relatórios de sustentabilidade a GRI permite que relatórios de sustentabilidade que não sigam estritamente suas diretrizes sejam também divulgados através de sua





página Web. Entretanto, pode-se esperar que empresas que façam o investimento e esforço para adotar as diretrizes GRI estejam mais propensas a elaborar relatórios com conteúdo mais aprofundado que as demais que elaboram seus relatórios sem observância a diretrizes GRI que exigem mais completude e aprofundamento da informação divulgada.

Hipótese 1: A adoção das diretrizes GRI contribuem para o grau de divulgação de informações de cunho socioambiental.

Recentemente iniciou-se um processo de fomento à divulgação de informações sobre responsabilidade social e de sustentabilidade juntamente com os relatórios financeiros, de modo a ter-se o denominado Relatório Integrado (RI). A proposta do Relatório Integrado é fruto de uma parceria entre o *International Integrated Reporting Council* (IIRC), *International Accounting Standards Board* (IASB) e o *Global Reporting Initiative* (GRI), que se uniram para propor uma inserção entre todas as dimensões relacionadas às operações da empresa. O Relatório Integrado visa, entre outros elementos, melhorar a responsabilidade do conjunto abrangente de capitais da empresa (financeiro, manufaturado, intelectual, humano, social, de relacionamento e natural) e fomentar o entendimento de suas interdependências, além de apoiar a integração de pensamentos. O Relatório Integrado permite que informações financeiras e não financeiras sejam mostradas em um único documento, possibilitando uma avaliação conjunto de desempenho social e econômico da empresa (BARTH; CAHAN; CHEN; VENTER, 2017; FRIAS-ACEITUNO; RODRIGUEZ-ARIZA; GARCIA-SANCHEZ, 2013; NOSSA; SANTOS; NOSSA, 2017). A emissão do Relatório Integrado ainda conta com a adesão de poucas empresas e requer aperfeiçoamento no sentido de evitar relatórios prolixos e demasiado complexos com pouca concisão já havendo o *International Integrated Reporting Committee* (IRRC) que é um comitê específico com o objetivo de estimular a elaboração de relatórios integrados (DRAGU; TIRON-TUDOR, 2013; DUMAY; BERNARDI; GUTHRIE; DEMARTINI, 2016; RUIZ-LOZANO; TIRADO-VALENCIA, 2016; RUPLEY; BROWN; MARSHALL, 2017).





Apesar da ainda relativa baixa adesão ao Relatório Integrado observa-se que este é um documento que transmite um conteúdo informativo que permite melhor avaliação da ação social e sustentabilidade da empresa uma vez que é possível avaliar-se comparativamente o desempenho social com o desempenho econômico financeiro (BERNARDI; STARK, 2018; RUPLEY; BROWN; MARSHALL, 2017; STACCHEZZINI; MELLONI; LAI, 2016). É esperado que empresas que adotam este relatório estão fazendo um maior esforço de divulgação de informação sobre sustentabilidade da empresa o que faz com que seus relatórios sejam mais completos que aqueles de empresas que não estão preocupadas ainda com esta integração como proposto pela Hipótese 2.

Hipótese 2: A adoção da prática de divulgação de relatório integrado contribui para o grau de divulgação de informações de cunho socioambiental.

O potencial de agressão ambiental das atividades da empresa tem gerado mais atenção das entidades reguladoras e da sociedade. Empresas de setores mais agressivos ao meio ambiente estão sendo mais pressionadas a adotar medidas preventivas de sinistros ambientais seja pela sociedade organizada, pela cadeia produtiva socialmente responsável, ou por instrumentos normativos em cada país. A Política Nacional de Meio Ambiental no Brasil foi instituída pela Lei 6.938/1981, e foi alterada pela Lei 10.165/2000, que classificou determinados setores da economia como agressivos ao meio ambiente, estabelecendo três graus de impacto ambiental: baixo, médio e alto impacto ambiental (AGUSTINI; ALMEIDA; AGOSTINHO; GIANNETTI, 2015; SILVA; LIMA; FREITAS; LAGIOIA, 2015). Além desta classificação, a Lei 10.165/2000 criou a Taxa de Controle e Fiscalização Ambiental (TCFA) que tem valor proporcional ao potencial de agressão ambiental da empresa (CRISÓSTOMO; SOUZA; PARENTE, 2012; VIANA JUNIOR; CRISÓSTOMO, 2016).

Seja em resposta a pressões sociais ou a instrumentos regulatórios a tendência é que empresas de setores com maior potencial de impacto ambiental tenham conduta mais responsável no que se refere à prevenção e capacidade para a rápida correção de sinistros ambientais causados pela empresa. Por uma ou outra motivação, o fato é que





ao empreender ações socioambientais a empresa estará interessada em divulgá-las como forma de legitimar atividades como também de demonstrar seu esforço neste sentido buscando também melhoria de imagem, o que a motiva a fazer divulgação voluntária (VERRECCHIA, 2001) e também atender à demanda por mais adequada avaliação da empresa por parte de vários *stakeholders* com variadas expectativas e concepções com respeito a cada setor (ADAMS, 2004; TSCHOPP; HUEFNER, 2015; UNERMAN, 2000).

O empreendimento de mais ações de responsabilidade socioambiental por parte da empresa sugere que possa haver uma ampliação do seu documento de divulgação de informações sobre tais ações, principalmente em empresas com mais elevado potencial de impacto ao meio ambiente está contemplado pela literatura, de modo a poder comportar todo o conteúdo informativo de interesse da empresa e dos *stakeholders* externos (FROST; WILMSHURST, 2000; QIU; SHAUKAT; THARYAN, 2016).

Esta argumentação sobre esta superioridade de volume de informação divulgada em relatórios de sustentabilidade de empresas de setores mais potencialmente agressivos ao meio ambiente aliada à evidência anterior em distintos mercados (DELMAS; HOFFMANN; KUSS, 2011; KOLK; WALHAIN; VAN DE WATERINGEN, 2001; SAID; ZAINUDDIN; HARON, 2009) motiva a proposição da hipótese de que empresas brasileiras que atuam nestes setores teriam mais elevados níveis de *disclosure* de informação de cunho socioambiental como a seguir sintetizada:

Hipótese 3: O fato da empresa ser de um setor de elevado impacto ambiental contribui para um maior grau de divulgação de informação de cunho socioambiental.

Empresas maiores tendem a ter mais interação e maior visibilidade perante a sociedade (FRIAS-ACEITUNO; RODRÍGUEZ-ARIZA; GARCIA-SÁNCHEZ, 2014; RUFINO; REIS MACHADO, 2015). Empresas de maior porte tendem a dispor de mais infraestrutura e capacidade econômica para realizações de políticas sociais, e conseqüentemente, mais recursos para empreender ações sócioambientais e sua respectiva divulgação (CRISÓSTOMO; OLIVEIRA, 2016; DI GIULI; KOSTOVETSKY,





2014; HASAN; HABIB, 2017; LIU; ANBUMOZHI, 2009; MONTEIRO; AIBAR-GUZMÁN, 2010).

Além disso, empresas de maior porte tendem a interagir com um mais amplo coletivo de *stakeholders*, vivenciando uma maior demanda por parte destes relativamente à divulgação socioambiental (BRANCO; RODRIGUES, 2008; CRISÓSTOMO; FREIRE; VASCONCELLOS, 2011; DEEGAN; GORDON, 1996; FERNANDEZ-FEIJOO; ROMERO; RUIZ, 2014; LU; ABEYSEKERA, 2014; MORONEY; WINDSOR; AW, 2012). Esta argumentação motiva a proposição da Hipótese 4 que sugere que empresas maiores apresentam um mais elevado grau de divulgação socioambiental.

Hipótese 4: O tamanho da empresa está relacionado positivamente com grau de divulgação de informação de cunho socioambiental.

A relação entre o desempenho financeiro organizacional e a divulgação socioambiental apresenta resultados inconclusivos na literatura. Enquanto teorias sobre divulgação sugerem uma relação positiva entre desempenho e *disclosure* (FRIAS-ACEITUNO; RODRIGUEZ-ARIZA; GARCIA-SANCHEZ, 2013), há estudos que mostram não existir relação significativa (LARRÁN JORGE; GINER, 2002; MARSTON; POLEI, 2004; PRENCIPE, 2004), e outros que encontram uma relação positiva (CAI; LEE; WU; XU *et al.*, 2017; GRAS-GIL; MANZANO; FERNÁNDEZ, 2016). O ROA (Retorno sobre o Ativo) será utilizado como a medida contábil para medir o desempenho da empresa, sendo calculado pela relação entre lucro líquido e ativo total.

METODOLOGIA E AMOSTRA

3.1 METODOLOGIA

A análise do conteúdo constitui-se um conjunto de técnicas para analisar documentos, tendo como objetivo obter informação detalhada do objeto de estudo e esclarecer todas as incertezas a respeito dos dados coletados e permitir a coleta de informações com exatidão (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011). Nesta pesquisa, o método





de análise do conteúdo foi utilizado para a obtenção de informação acerca do grau de informação divulgada nos relatórios considerando-se cada item. Analisaram-se os relatórios de sustentabilidade divulgados pela GRI de 99 empresas brasileiras no período 2003-2015. Para cada relatório anual analisado verificou-se o grau de divulgação de informação pela empresa de todos os itens associados às dimensões de responsabilidade social e sustentabilidade contempladas pelas diretrizes GRI.

A avaliação do conteúdo de informação divulgado em cada item do relatório foi feita com base na indicação da empresa sobre cada item e a análise do conteúdo de cada item. A análise individual de cada item gera uma pontuação. A estratégia foi atribuir uma pontuação que indique este grau de completude da informação divulgada em cada item. Caso a informação do item seja omitida, ou seja, a empresa não divulga nada a respeito do mesmo, foi atribuído pontuação 0. Caso a empresa faça uma divulgação parcial, ou incompleta, atribuiu-se pontuação 1. A análise do conteúdo do item permitiu a verificação de divulgação completa ou total de informação sobre aquele item quando a pontuação atribuída era 2. Como exemplo pode-se mencionar o Relatório de Sustentabilidade GRI-G4 da Suzano Papel e Celulose, ano de 2014, o item G4-2, que trata da descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades não foi mostrado no Relatório, logo foi indicado pontuação 0. A informação G4-SO1, referente a percentual de operações com programas implementados de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local foi divulgada de forma incompleta, pois relatou-se as atividades da empresa, mostrou-se que mantém grupos de trabalho de Saúde e Segurança Ocupacional para a discussão de impactos em todas unidades florestais, porém não foi mostrado os números e indicadores, que são requeridos, relativos à questão. Desta forma, a divulgação foi incompleta e atribuiu-se pontuação 1. Já o item G4-SO2, operações com impactos negativos significativos reais e potenciais nas comunidades locais, foi relatado de forma completa, citando-se claramente os 15 impactos potenciais das operações florestais e industriais da empresa. Outro exemplo é o Relatório de Sustentabilidade Banco do Brasil, ano de 2014. Neste constata-se que a informação G4-LA 14, que trata do percentual de novos fornecedores selecionados com





base em critérios relativos a práticas trabalhistas, foi divulgada de forma parcial, já que verificando o relatório esta informação não está presente em plenitude, o valor do percentual não é mostrado e a explicação utilizada é que a informação completa deste percentual só seria divulgada em 2017, já que o sistema informatizado encontra-se em implantação, sendo assim para este item foi atribuído a pontuação 1. O item G4–LA 13, que trata da razão matemática do salário e remuneração entre mulheres e homens, discriminados por categoria funcional e unidades operacionais relevantes é divulgado de forma plena e total na página 122 do Relatório, mostrando as informações referentes ao ano de 2012, 2013 e 2014, por conseguinte a pontuação atribuída foi 2.

O índice de *disclosure* de um relatório em determinado ano corresponde à média das pontuações, variando, desta forma de 0 a 2. Dispondo-se dos valores anuais do índice de *disclosure*, procede-se a uma avaliação descritiva do mesmo. Faz-se uma avaliação comparativa do índice de *disclosure* entre grupos de empresas, de acordo com a adoção de diretrizes GRI, apresentação de relatório integrado, e a empresa ser de um setor com potencial de impacto ambiental de acordo com a Lei 10.165/2000. Por fim, estima-se um modelo econométrico para avaliar o efeito de atributos das empresas sobre o grau de divulgação socioambiental.

3.2 MODELO

Mensurar Responsabilidade Social Corporativa é um problema constante em trabalhos sobre RSC, havendo uma variedade de métricas utilizadas para medir RSC e respectivo *disclosure* (ORLITZKY; SCHMIDT; RYNES, 2003; WADDOCK; GRAVES, 1997). Este estudo adota um índice de *disclosure* utilizando informações socioambientais de Relatórios GRI Anuais e de Sustentabilidade de empresas brasileiras. Utiliza-se o índice de *disclosure* como variável dependente no modelo de Regressão Linear da equação (1):





$$IM_GRI_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 D_GRI_{i,t} + \beta_2 R_INTEG_{i,t} + \beta_3 L_10165_{i,t} + \beta_4 TAM_{i,t} + \beta_5 ROA_{i,t} + \varepsilon \quad (1)$$

O índice de *disclosure* de um relatório em determinado ano ($IM_GRI_{i,t}$), conforme comentado anteriormente, corresponde à média das pontuações (0 - empresa faz uma divulgação parcial, ou incompleta; 1 = A análise do conteúdo do item permitiu a verificação de divulgação completa ou total de informação sobre aquele item quando a pontuação atribuída era 2), variando, desta forma de 0 a 2.

A variável D_GRI é uma *dummy* que tem valor 1 caso a empresa elabore relatório segundo as diretrizes GRI e 0 em caso contrário. A variável R_INTEG tem valor 1 caso a empresa divulgue Relatório de Sustentabilidade anual Integrado com o Financeiro, e 0 em caso contrário. L_10165 é outra variável *dummy* à qual se atribui o valor 1 caso a empresa seja de um setor agressivo ao meio ambiente de acordo com a Lei 10.165/2000, e 0 em caso contrário. R_INTEG tem valor 1 caso a empresa divulgue Relatório de Sustentabilidade anual Integrado - com o Financeiro, e 0 em caso contrário. Para medir o tamanho da empresa (TAM) é utilizado o logaritmo dos ativos totais seguindo a literatura (MONTEIRO; GUZMÁN, 2009; MORONEY; WINDSOR; AW, 2012). Na medição do ROA utiliza-se a relação de lucro líquido sobre ativo total (GRAS-GIL; MANZANO; FERNÁNDEZ, 2016).

3.3 AMOSTRA

A amostra é composta por 416 observações anuais de 99 empresas listadas na BM&BOVESPA que divulgaram relatórios de responsabilidade social através da GRI. Os relatórios foram colhidos na página da GRI. A amostra é distribuída em diferentes setores, como pode ser visto na Tabela 1.



**Tabela 1 – Distribuição da Amostra por Setor**

Setor		
Agricultura, Alimentos e Bebidas	2	,69
Automotivo		,44
Aviação		,20
Produtos Químicos e Produtos de Papel	6	1,06
Construção	8	,33
Energia	28	0,77
Financeiro	3	2,74
Setor de Logística	0	,40
Produtos de Metais	4	,37
Mineração	3	,13
Tecnologia e Telecomunicações	2	,88
Têxteis e Vestuário		,20
Gestão de Resíduos e Abastecimento de Água	1	,64
Produtos Pessoais	1	,64
Outros	2	2,50
Total	16	00

ANÁLISE DOS RESULTADOS

O índice de *disclosure* (IM_GRI), que corresponde à média dos pontos correspondentes ao grau de divulgação de cada relatório anual apresentou média 1,4 com pouca variabilidade (coeficiente de variação =0,166) (Tabela 2). Houve relatórios com média 2, o que significa a divulgação de relatórios com informação completa em todos os itens analisados. Além do índice de *disclosure* (IM_GRI) global a Tabela 2





também exibe o valor dos seus componentes, ou dimensões do relatório GRI. A mais baixa média de nível de divulgação é observada para o indicador natureza do produto (IM_PR) indicando que as empresas teriam mais dificuldade de divulgar informação a respeito dos impactos de seus produtos. A mesma restrição na divulgação de informação pode ser vista com relação à atenção da empresa aos direitos humanos (IM_DH) que apresenta a segunda menor média, e também no que se refere à relação da empresa com o meio ambiente (IM_AMB). Por outro lado, as empresas não têm dificuldades para publicar informação sobre o engajamento de *stakeholders* (IM_STK), o conteúdo do perfil do relatório (IM_REL), ou sobre o perfil organizacional, indicadores estes que apresentam as mais elevadas médias de índice de *disclosure*.

Tabela 2 – Estatística descritiva do índice de qualidade do *disclosure* e seus sub índices

	Média	Mediana	Dp	Cv	Mín.	Máx.
IM_GRI	1,400	1,407	0,408	0,166	1,653	2,000
IM_PR	1,102	1,111	0,679	0,461	0,000	2,000
IM_SO	1,232	1,261	0,630	0,397	0,000	2,000
IM_DH	1,142	1,181	0,641	0,410	0,000	2,000
IM_TR	1,446	1,571	0,491	0,241	0,000	2,000
IM_AMB	1,178	1,171	0,569	0,323	0,000	2,000
IM_EC	1,318	1,333	0,538	0,289	0,000	2,000
IM_GOV	1,459	1,867	0,696	0,696	0,000	2,000
IM_REL	1,835	2,000	0,388	0,151	0,000	2,000
IM_ORG	1,884	2,000	0,390	0,152	0,000	2,000
IM_INST	1,737	2,000	0,485	0,235	0,000	2,000
IM_ETIC	1,431	2,000	0,664	0,441	0,000	2,000
IM_STK	1,989	2,000	0,067	0,005	1,500	2,000

Nota: IM_GRI: média de indicadores de todos itens dos relatórios GRI. IM_PR: média dos indicadores da categoria responsabilidade sobre a natureza do produto. IM_SO: média dos indicadores da categoria sociedade. IM_DH: média dos indicadores da categoria direitos humanos. IM_TR: média dos indicadores da categoria práticas trabalhistas e trabalho decente. IM_AMB: média dos indicadores da categoria ambiental. IM_EC: média dos indicadores da categoria econômica. IM_GOV: média dos indicadores do conteúdo governança. IM_REL: média dos indicadores do conteúdo perfil do relatório. IM_ORG: média dos indicadores do conteúdo perfil organizacional. IM_INST: média dos indicadores do conteúdo institucional. IM_ETIC: média dos indicadores do conteúdo e integridade. IM_STK: média dos indicadores do conteúdo engajamento de *stakeholder*.

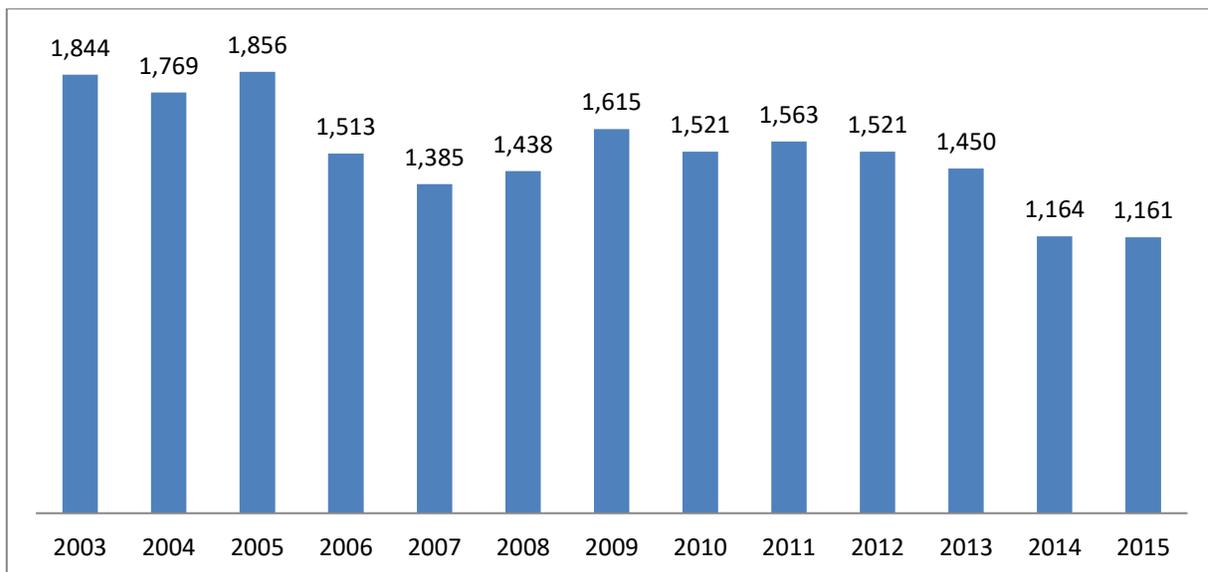




A análise da amostra indica que há uma alta proporção de empresas que seguem as diretrizes GRI para elaboração de seus relatórios de sustentabilidade (95,35%) o que significa a importância que está sendo dada a estas normas que passam por exaustivo debate. Também verificou-se um alto contingente de empresas que atuam em setores mais potencialmente agressivos ao meio ambiente (66,02%). A iniciativa de integração de relatórios de sustentabilidade e financeiros tem sido crescente, sendo a proporção de empresas que atuam nestes setores de 22,4% no período pesquisado.

O Gráfico 1 exibe a evolução temporal do índice de *disclosure* ao longo do período analisado. Algumas observações devem ser feitas quanto a esta evolução. Os altos índices observados até o ano de 2006 devem ser vistos com precaução devido ao reduzido número de relatórios nestes anos. Em 2003 havia somente um relatório e chegou-se a 10 em 2006. Com relação aos dois últimos anos deve-se observar que se iniciou o formato GRI-G4 no qual não há declaração de divulgação parcial de informação. Até a data de coleta de dados ainda não se dispunha de todos os relatórios referentes ao ano de 2015. Considerando-se estas ressalvas pode-se observar certo equilíbrio no nível de divulgação de informação de sustentabilidade ao longo do tempo.

Gráfico 1 - Evolução temporal do índice de *disclosure* socioambiental





A análise comparativa do indicador de divulgação entre grupos de empresas permite o contraste das hipóteses propostas. Conforme sugerido, hipotetiza-se que o nível de divulgação de informação é mais elevado para empresas que apresentam relatórios seguindo as diretrizes GRI, para empresas que apresentam relatório integrado, e para aquelas de setores com mais elevado potencial de impacto ambiental de acordo com a classificação da Política do Meio Ambiente no Brasil (Lei 10.165/2000).

Conforme dados exibidos na Tabela 3 pode-se observar que a grande maioria das empresas brasileiras que divulgam relatório de sustentabilidade através da GRI já estão fazendo um esforço para adotar as diretrizes GRI (369) comparativamente ao número de empresas que não o fazem (18). A adoção das diretrizes GRI sinaliza ser benéfica para o conteúdo informativo do relatório de sustentabilidade considerando que o valor médio do índice de divulgação de empresas que seguem tais diretrizes (1,436) é estatisticamente superior ao valor médio deste índice obtido para as demais empresas como proposto pela Hipótese 1.

Tabela 3 - Comparação de média do índice de *disclosure* (IM_GRI) entre empresas que adotam as diretrizes GRI e as demais

	Sim	Não	valor-p
N	369	18	0,000
Média	1,436	1,048	

Os números mostrados na Tabela 4 indicam que os relatórios de sustentabilidade das empresas que os elaboram de forma integrada com as demonstrações financeiras são ainda em quantidade bem inferior. Entretanto, a avaliação de conteúdo informativo dos mesmos mostra que o esforço para confecção de relatórios integrados tem benefício positivo sobre o conteúdo informativo de relatórios de sustentabilidade que apresentam média de 1,549 que é estatisticamente superior a média dos demais relatórios (1,381) como previsto pela Hipótese 2. Desta forma, parece ser um fato que o esforço para a elaboração do relatório integrado tem efeito positivo no nível de informação contida no relatório de sustentabilidade da empresa.





Tabela 4 - Se a empresa apresenta relatório de sustentabilidade integrado aos relatórios financeiros

	Sim	Não	valor-p
N	56	194	0,006
Média	1,549	1,381	

Com relação à Hipótese 3, observa-se que os relatórios de sustentabilidade de empresas que atuam em setores com mais alto potencial de impacto ambiental, de acordo com a Política do Meio Ambiente no Brasil (Lei 10.165/2000), não apresentam mais elevado conteúdo informativo (IM_GRI) como pode-se ver pelo fato da média do indicador de *disclosure* deste grupo de relatórios, que é de 1,426 não ser estatisticamente superior à média de relatórios de empresas de outros setores com menos potencial de agressão ao meio ambiente (1,388). Aprofundando esta comparação, procedeu-se ao teste de diferença de médias do sub índice de conteúdo informativo ambiental (IM_AMB). Especificamente para este indicador foi verificado que, na verdade, empresas de setores mais ambientalmente agressivos apresentam média de *disclosure* (1,328) estatisticamente superior ao da média de relatórios de empresas de outros setores com menos potencial de agressão ao meio ambiente (1,100). Na verdade, a realidade destas empresas pode estar levando-as a empreender mais ação socioambiental seja por pressão normativa ou da sociedade em geral. Este superior volume de operações em ações socioambientais está sendo informado aos diversos *stakeholders* interessados através do relatório de sustentabilidade. Tal relatório incorpora um maior conteúdo informativo que poderá ajudar a empresa na sua melhoria de imagem e reputação como também na busca de legitimação de atividades.

Tabela 5 - Se a empresa é de setor com potencial de impacto ambiental de acordo com a Lei 10.165/2000

IM_GRI	Sim	Não	valor-p
N	141	274	0,370
Média	1,426	1,388	
IM_AMB	Sim	Não	valor-p
N	141	274	0,001
Média	1,328	1,100	





A Tabela 6 (modelo i) apresenta a estimação do modelo da equação (1). Os resultados indicam que, de fato, há fatores que contribuem para o mais elevado grau de divulgação socioambiental. O fato da empresa seguir as diretrizes GRI para elaboração de seu relatório de sustentabilidade contribui para elevar o grau de divulgação de informações socioambientais como proposto pela Hipótese 1. Este resultado endossa aquele obtido na comparação de média do grau de *disclosure* socioambiental (Tabela 3). Como proposto, a adoção da prática de divulgação de informações financeiras e socioambientais através de relatório integrado (Hipótese 2) também tem influência positiva sobre o grau de divulgação de informações socioambientais. Este resultado também encontra-se em sintonia com aquele obtido através do processo de comparação de médias (Tabela 4).

Tabela 6 - Estimação do modelo

	Modelo (i)		Modelo (ii)	
	Variável dependente é o grau de divulgação (IM_GRI)		Variável dependente é o grau de divulgação ambiental especificamente (IM_AMB)	
	Coeficiente		Coeficiente	
Diretrizes_GRI	0,366	***	0,191	**
R_Integrado	0,135	**	0,272	***
Lei_10165	0,082		0,261	***
Tamanho	0,038	***	0,359	*
ROA	0,164		0,369	
Constante	0,410	*	0,229	
N. observ.	221		221	
F	9,2		6,90	
valor-p	0,000		0,000	
R2 ajustado	0,1113		0,1260	

Nota: Variável dependente é o grau de divulgação (IM_GRI). Diretrizes GRI: variável *dummy*, se segue diretrizes GRI atribui valor 1 e 0, em caso contrário. R_Integrado: variável *dummy*, se a empresa divulga Relatório de Sustentabilidade anual Integrado com o Financeiro atribui valor 1 e 0, em caso contrário. Lei 10165: variável *dummy*, se é presente na lei 10165 atribui valor 1 e 0, em caso contrário.





Por outro lado, a pertinência da empresa a um setor mais potencialmente agressivo ao meio ambiente não afeta o nível de divulgação de informações socioambientais como sugerido pela Hipótese 3. Este resultado pode dever-se ao fato do índice divulgação de informações socioambientais como um todo (IM_GRI) ser composto por várias dimensões da responsabilidade socioambiental, sendo muitas delas não relacionadas com as questões ambientais. Procedeu-se ao aprofundando da pesquisa sobre esta pertinência a setor mais ambientalmente agressivo, como feito na comparação de médias (Tabela 5). O modelo ii da Tabela 6 exhibe resultado no sentido de que o fato da empresa ser de um destes setores influi positivamente no grau de divulgação ambiental especificamente (Tabela 6, modelo ii).

Adicionalmente, observa-se também que empresas de maior porte tendem a apresentar relatórios de sustentabilidade com um maior nível de *disclosure* socioambiental como preconizado na Hipótese 4, em sintonia com resultados anteriores (CASTELO BRANCO; RODRIGUES, 2008; CRISÓSTOMO; OLIVEIRA, 2016; LU; ABEYSEKERA, 2014).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A importância dos temas Responsabilidade Social Corporativa e sustentabilidade vêm ganhando cada vez mais espaço na pesquisa e no mercado. Existe uma pressão, cada vez maior, para que as empresas adotem mais práticas de RSC e preocupem-se efetivamente com a sustentabilidade da organização e do entorno social. A divulgação destas ações atende a demanda da sociedade que deseja conhecer a real atenção que a empresa dedica a estas questões. Por sua vez, a empresa também passa a ver no processo de divulgação uma forma de transmitir informação positiva a seu respeito e sinalizar que, de fato, tem uma conduta em acordo com exigências do coletivo de seus *stakeholders*.





O objetivo deste trabalho foi avaliar o grau de divulgação de informação de responsabilidade social e sustentabilidade da empresa brasileira a partir da análise dos relatórios GRI, e os fatores característicos da empresa que o determinam. A partir de um índice de *disclosure* calculado a partir da leitura dos relatórios GRI realiza-se a avaliação comparativa do grau de *disclosure* entre grupos de empresas. Em seguida estima-se um modelo de regressão que permite analisar os fatores que levam as empresas a ter um mais elevado padrão de divulgação socioambiental. Os resultados indicam que, de fato, há atributos da empresa que interferem no nível de *disclosure* socioambiental.

A GRI permite a divulgação de relatórios que sigam estritamente suas diretrizes ou não. Como esperado, os resultados da pesquisa mostram que aqueles relatórios que adotam as diretrizes GRI apresentam mais alto conteúdo informativo o que indica ser positivo para a sociedade a observância a tais diretrizes. O esforço da empresa em divulgar relatório de sustentabilidade integrado às demonstrações financeiras também tem reflexo positivo no conteúdo do relatório de sustentabilidade. Apesar da menor proporção de empresas que estão aderindo ao relatório integrado, os achados mostram que estas apresentam mais elevado grau de qualidade informativa em seus relatórios de sustentabilidade. Confirmou-se também, como menciona a literatura, que empresas de maior tamanho divulgam mais informações socioambientais, podendo ser explicado pela sua capacidade econômica e o fato de ser mais visível para sociedade e os *stakeholders* sendo ser um fator preponderante para tal. A adoção de diretrizes GRI como a decisão de divulgação de relatórios integrados demonstra este possível interesse que compensaria o custo para a divulgação voluntária de informação.

Consideramos que os resultados aqui encontrados agregam argumentos às motivações para empresas empreenderem ações socioambientais e fazerem um esforço na realização de *disclosure* voluntário. Os achados somam-se a resultados anteriores que sinalizam haver motivações para esta divulgação e que, de fato, há atributos da empresa que parecem contribuir para ela.





REFERÊNCIAS

ADAMS, C. A. The ethical, social and environmental reporting: performance portrayal gap. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, 17, n. 5, p. 731-757, 2004.

AGUILERA, R. V.; RUPP, D. E.; WILLIAMS, C. A.; GANAPATHI, J. Putting the S back in corporate social responsibility: a multilevel theory of social change in organizations. **Academy of Management Review**, 32, n. 3, p. 836–863, 2007.

AGUSTINI, C. D.; ALMEIDA, C. D.; AGOSTINHO, F. D. R.; GIANNETTI, B. F. Avaliação de impacto da escala econômica na dimensão ambiental das empresas do ISE da BM & FBOVESPA conforme parâmetros da Política Nacional do Meio Ambiente (Lei nº 10.165). **Gest. Prod., São Carlos**, 22, n. 1, p. 96-106, 2015.

ALTINTAS, N. N.; ADILOGLU, B.; ALTINTAS, A. T. Evolution of Reporting on Corporate Social Responsibility by the Companies in ISE National-30 Index in Turkey. **Social Responsibility Journal**, 3, n. 3, p. 19-25, 2007.

ANHOLON, R.; QUELHAS, O. L. G.; LEAL FILHO, W.; DE SOUZA PINTO, J. *et al.* Assessing corporate social responsibility concepts used by a Brazilian manufacturer of airplanes: A case study at Embraer. **Journal of Cleaner Production**, 135, p. 740-749, 2016/11/01/ 2016.

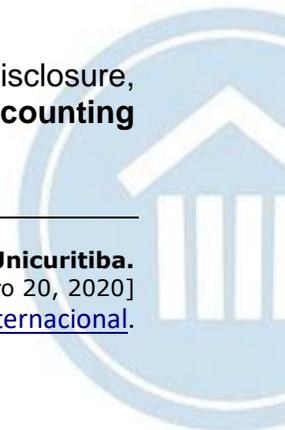
ARENA, M.; AZZONE, G.; MAPELLI, F. What drives the evolution of Corporate Social Responsibility strategies? An institutional logics perspective. **Journal of Cleaner Production**, 171, p. 345-355, 2018/01/10/ 2018.

ARIZTÍA, T.; KLEINE, D.; BRIGHTWELL, M. D. G. S. L.; AGLONI, N. *et al.* Ethical consumption in Brazil and Chile: institutional contexts and development trajectories. **Journal of Cleaner Production**, 63, p. 84-92, 2014/01/15/ 2014.

BARKEMEYER, R.; PREUSS, L.; LEE, L. On the effectiveness of private transnational governance regimes—Evaluating corporate sustainability reporting according to the Global Reporting Initiative. **Journal of World Business**, 50, n. 2, p. 312-325, 2015.

BARTH, M. E.; CAHAN, S. F.; CHEN, L.; VENTER, E. R. The economic consequences associated with integrated report quality: Capital market and real effects. **Accounting, Organizations and Society**, 62, p. 43-64, 2017/10/01/ 2017.

BERNARDI, C.; STARK, A. W. Environmental, social and governance disclosure, integrated reporting, and the accuracy of analyst forecasts. **The British Accounting Review**, 50, n. 1, p. 16-31, 2018/01/01/ 2018.





BHARDWAJ, P.; CHATTERJEE, P.; DEMIR, K. D.; TURUT, O. When and how is corporate social responsibility profitable? **Journal of Business Research**, 84, p. 206-219, 2018/03/01/ 2018.

BLASI, S.; CAPORIN, M.; FONTINI, F. A Multidimensional Analysis of the Relationship Between Corporate Social Responsibility and Firms' Economic Performance. **Ecological Economics**, 147, p. 218-229, 2018/05/01/ 2018.

BONSÓN, E.; BEDNÁROVÁ, M. CSR reporting practices of Eurozone companies. **Revista de Contabilidad – Spanish Accounting Review**, 18, n. 2, p. 182-193, 2015.

BOUTEN, L.; EVERAERT, P.; VAN LIEDEKERKE, L.; DE MOOR, L. *et al.* Corporate social responsibility reporting: A comprehensive picture? **Accounting Forum**, 35, n. 3, p. 187-204, 2011.

BRANCO, M. C.; RODRIGUES, L. L. Factors influencing social responsibility disclosure by Portuguese companies. **Journal of business Ethics**, 83, n. 4, p. 685-701, 2008.

CAI, W.; LEE, E.; WU, Z.; XU, A. L. *et al.* Do Economic Incentives of Controlling Shareholders Influence Corporate Social Responsibility Disclosure? A Natural Experiment. **The International Journal of Accounting**, 52, n. 3, p. 238-250, 2017.

CAMPOPIANO, G.; DE MASSIS, A. Corporate Social Responsibility Reporting: A Content Analysis in Family and Non-family Firms. **Journal of Business Ethics**, 129, n. 3, p. 511-534, 2015.

CARROLL, A. B. A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. **The Academy of Management Review**, 4, n. 4, p. 497-505, 1979.

CARROLL, A. B. Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. **Business & Society**, 38, n. 3, p. 268-295, 1999.

CASTELO BRANCO, M.; RODRIGUES, L. L. Factors influencing social responsibility disclosure by Portuguese companies. **Journal of business Ethics**, 83, n. 4, p. 685-701, 2008.

CHEN, L.; FELDMANN, A.; TANG, O. The relationship between disclosures of corporate social performance and financial performance: Evidences from GRI reports in manufacturing industry. **International Journal of Production Economics**, 170, p. 445-456, 2015.

COCHRAN, P. L. The evolution of corporate social responsibility. **Business Horizons**, 50, n. 6, p. 449-454, 2007.





CRISÓSTOMO, V. L.; FREIRE, F. D. S.; VASCONCELLOS, F. D. C. Corporate social responsibility, firm value and financial performance in Brazil. **Social Responsibility Journal**, 7, n. 2, p. 295-309, 2011.

CRISÓSTOMO, V. L.; OLIVEIRA, M. R. An Analysis of the Determinants of Corporate Social Responsibility of Brazilian Firms. **BBR - Brazilian Business Review**, 13, n. 4, p. 72-93, 2016.

CRISÓSTOMO, V. L.; PRUDÊNCIO, P. A.; FORTE, H. C. An Analysis of the Adherence to GRI for Disclosing Information on Social Action and Sustainability Concerns. *In*: BELAL, A. e COOPER, S. (Ed.). **Advances in Environmental Accounting & Management: Social and Environmental Accounting in Brazil**: Emerald Publishing Limited, 2017. v. 6, p. 69-103.

CRISÓSTOMO, V. L.; SOUZA, J. L.; PARENTE, P. H. N. Possível efeito regulatório na responsabilidade socioambiental da empresa brasileira em função da Lei nº10.165/2000. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, 6, n. 3, p. 157-170, 2012.

CURRAN, G. Social licence, corporate social responsibility and coal seam gas: framing the new political dynamics of contestation. **Energy Policy**, 101, p. 427-435, 2017.

DAHLSTRUD, A. How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, 15, n. 1, p. 1-13, 2008.

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

DEEGAN, C.; GORDON, B. A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations. **Accounting and business research**, 26, n. 3, p. 187-199, 1996.

DEGENHART, L.; MAZZUCO, M. S. A.; KLANN, R. C. RELEVÂNCIA DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS E A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA DE EMPRESAS BRASILEIRAS. **Revista Base (Administração e Contabilidade) da UNISINOS**, 14, n. 3, p. 157-168, 2017.

DELMAS, M.; HOFFMANN, V.; KUSS, M. Under the Tip of the Iceberg: Absorptive Capacity, Environmental Strategy, and Competitive Advantage. **Business & Society**, 50, n. 1, p. 116-154, 2011.

DEMONIER, J. L.; DEMONIER, G. B.; PIRES, M. A. Nível de Adesão das Empresas atuantes no Mercado Capixaba ao Modelo de Relatório de Sustentabilidade GRI. **REUNIR: Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**, 5, n. 3, p. 1-18, 2015.





DI GIULI, A.; KOSTOVETSKY, L. Are red or blue companies more likely to go green? Politics and corporate social responsibility. **Journal of Financial Economics**, 111, n. 1, p. 158-180, 2014.

DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. **American Sociological Review**, 48, n. 2, p. 147-160, 1983.

DOWLING, J. B.; PFEFFER, J. Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. **Pacific Sociological Review**, 18, n. 1, p. 122-136, 1975.

DRAGU, I.-M.; TIRON-TUDOR, A. The Integrated Reporting Initiative from an Institutional Perspective: Emergent Factors. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 92, p. 275-279, 2013/10/10 2013.

DUMAY, J.; BERNARDI, C.; GUTHRIE, J.; DEMARTINI, P. Integrated reporting: A structured literature review. **Accounting Forum**, 40, n. 3, p. 166-185, 2016.

FERNANDEZ-FEIJOO, B.; ROMERO, S.; RUIZ, S. Commitment to corporate social responsibility measured through global reporting initiative reporting: Factors affecting the behavior of companies. **Journal of Cleaner Production**, 81, p. 244-254, 2014.

FERRÓN VILCHEZ, V.; DARNALL, N.; ARAGÓN CORREA, J. A. Stakeholder influences on the design of firms' environmental practices. **Journal of Cleaner Production**, 142, p. 3370-3381, 2017/01/20/ 2017.

FREEMAN, R. E.; WICKS, A. C.; PARMAR, B. Stakeholder Theory and "The Corporate Objective Revisited". **Organization Science**, 15, n. 3, p. 364-369, 2004.

FREITAS, B. F. G. D.; FREIRE, F. D. S. Relato Integrado: Um estudo da aderência da estrutura conceitual proposta pelo IIRC no Relatório Socioambiental do Conselho Federal de Contabilidade. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, 12, n. 1, 2017.

FRIAS-ACEITUNO, J. V.; RODRIGUEZ-ARIZA, L.; GARCIA-SANCHEZ, I. The role of the board in the dissemination of integrated corporate social reporting. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, 20, n. 4, p. 219-233, 2013.

FRIAS-ACEITUNO, J. V.; RODRÍGUEZ-ARIZA, L.; GARCIA-SÁNCHEZ, I. M. Explanatory factors of integrated sustainability and financial reporting. **Business strategy and the environment**, 23, n. 1, p. 56-72, 2014.

FROST, G. R.; WILMSHURST, T. D. The Adoption of Environment-related management accounting: an analysis of corporate environmental sensitivity. **Accounting Forum**, 24, n. 4, p. 344-365, 2000.





GHOBIAN, A.; MONEY, K.; HILLENBRAND, C. Corporate responsibility research: Past—present—future. **Group & Organization Management**, 40, n. 3, p. 271–294, 2015.

GOOYERT, V.; ROUWETTE, E.; VAN KRANENBURG, H.; FREEMAN, E. Reviewing the role of stakeholders in Operational Research: A stakeholder theory perspective. **European Journal of Operational Research**, 262, n. 2, p. 402-410, 2017/10/16/ 2017.

GRAS-GIL, E.; MANZANO, M. P.; FERNÁNDEZ, J. H. Investigating the relationship between corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Spain. **BRQ Business Research Quarterly**, 19, n. 4, p. 289-299, 2016.

HALEEM, F.; FAROOQ, S.; WÆHRENS, B. V. Supplier corporate social responsibility practices and sourcing geography. **Journal of Cleaner Production**, 153, p. 92-103, 2017/06/01/ 2017.

HASAN, M. M.; HABIB, A. Corporate life cycle, organizational financial resources and corporate social responsibility. **Journal of Contemporary Accounting & Economics**, 13, n. 1, p. 20-36, 2017.

HOPWOOD, A. G. Accounting and the environment. **Accounting, Organizations and Society**, 34, n. 3, p. 433-439, 2009.

IBASE. **Balço social, dez anos: o desafio da transparência**. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Brazilian Institute of Social and Economic Analysis), 2008. 978-85-89447-17-1.

INSTITUTO_ETHOS. Guia de Elaboração do Balço Social e Relatório de Sustentabilidade - 2007. São Paulo: Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social. 1: 40 p. 2007.

JAMALI, D. A Stakeholder Approach to Corporate Social Responsibility: A Fresh Perspective into Theory and Practice. **Journal of Business Ethics**, 82, p. 213–231, 2008.

JENSEN, M. C.; MECKLING, W. H. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. **Journal of Financial Economics**, 3, n. 4, p. 305-360, 1976.

KOLK, A.; WALHAIN, S.; VAN DE WATERINGEN, S. Environmental reporting by the Fortune Global 250: exploring the influence of nationality and sector. **Business Strategy and the Environment**, 10, n. 1, p. 15-28, 2001.

KPMG. Pesquisa Internacional da KPMG sobre relatórios de responsabilidade corporativa: sumário executivo. KPMG (Klynveld Peat Marwick Goerdeler). 1: 20 p. 2013.





KUZEY, C.; UYAR, A. Determinants of sustainability reporting and its impact on firm value: Evidence from the emerging market of Turkey. **Journal of Cleaner Production**, 143, p. 27-39, 2017.

LARRÁN JORGE, M.; GINER, B. The use of the Internet for corporate reporting by Spanish companies. 2002.

LEE, C.; PALMON, D.; YEZEGEL, A. The Corporate Social Responsibility Information Environment: Examining the Value of Financial Analysts' Recommendations. **Journal of Business Ethics**, p. 1-23, 2016. journal article.

LEE, Y.-J.; YOON, H. J.; O'DONNELL, N. H. The effects of information cues on perceived legitimacy of companies that promote corporate social responsibility initiatives on social networking sites. **Journal of Business Research**, 83, p. 202-214, 2018/02/01/ 2018.

LEITE FILHO, G. A.; PRATES, L. A.; GUIMARÃES, T. N. Análise dos níveis de evidenciação dos relatórios de sustentabilidade das empresas brasileiras A+ do Global Reporting Initiative (GRI) no ano de 2007. **Revista de Contabilidade e Organizações**, 3, n. 7, p. 43-59, 2009.

LIU, X.; ANBUMOZHI, V. Determinant factors of corporate environmental information disclosure: an empirical study of Chinese listed companies. **Journal of cleaner production**, 17, n. 6, p. 593-600, 2009.

LU, Y.; ABEYSEKERA, I. Stakeholders' power, corporate characteristics, and social and environmental disclosure: Evidence from China. **Journal of Cleaner Production**, 64, p. 426-436, 2014.

MACHADO FILHO, C. A. P.; ZYLBERSZTAJN, D. Capital reputacional e responsabilidade social: considerações teóricas. **Caderno de Pesquisas em Administração**, 11, n. 2, p. 87-98, 2004.

MARSTON, C.; POLEI, A. Corporate reporting on the Internet by German companies. **International Journal of Accounting Information Systems**, 5, n. 3, p. 285-311, 2004.

MARTÍNEZ, J. B.; FERNÁNDEZ, M. L.; FERNÁNDEZ, P. M. R. Corporate social responsibility: Evolution through institutional and stakeholder perspectives. **European Journal of Management and Business Economics**, 25, n. 1, p. 8-14, 2016.

MCWILLIAMS, A.; SIEGEL, D. S.; WRIGHT, P. M. Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. **Journal of Management Studies**, 43, n. 1, p. 1-18, 2006.

MILNE, M. J.; GRAY, R. W(h)ither Ecology? The Triple Bottom Line, the Global Reporting Initiative, and Corporate Sustainability Reporting. **Journal of Business Ethics**, 118, p. 13-29, 2013.





MONTEIRO, S. M.; AIBAR-GUZMÁN, B. Determinants of environmental disclosure in the annual reports of large companies operating in Portugal. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, 17, n. 4, p. 185-204, 2010.

MONTEIRO, S. M. S.; GUZMÁN, B. A. Las prácticas de contabilidad medioambiental en las grandes empresas que operan en Portugal. **Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión**, VII, n. 13, p. 1-16, 2009.

MORONEY, R.; WINDSOR, C.; AW, Y. T. Evidence of assurance enhancing the quality of voluntary environmental disclosures: An empirical analysis. **Accounting & Finance**, 52, n. 3, p. 903-939, 2012.

MOZZATO, A. R.; GRZYBOVSKI, D. Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração: potencial e desafios. **Revista de Administração Contemporânea**, 15, n. 4, p. 731-747, 2011.

NIKOLAEVA, R.; BICHO, M. The role of institutional and reputational factors in the voluntary adoption of corporate social responsibility reporting standards. **Journal of the Academy of Marketing Science**, 39, n. 1, p. 136-157, 2011.

NOSSA, V.; SANTOS, V. R. R.; NOSSA, S. N. O que se tem pesquisado sobre Sustentabilidade Empresarial e sua Evidenciação? **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade (REPeC)**, 11, 2017.

OLIVEIRA, J. A. P. Uma avaliação dos balanços sociais das 500 maiores. **RAE-eletrônica**, 4, n. 1, p. 1-19, 2005.

ORLITZKY, M.; SCHMIDT, F. L.; RYNES, S. L. Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis. **Organization Studies**, 24, n. 3, p. 403-441, 2003.

PFAU, M.; HAIGH, M. M.; SIMS, J.; WIGLEY, S. The influence of corporate social responsibility campaigns on public opinion. **Corporate Reputation Review**, 11, n. 2, p. 145-154, 2008.

PRENCIPE, A. Proprietary costs and determinants of voluntary segment disclosure: evidence from Italian listed companies. **European Accounting Review**, 13, n. 2, p. 319-340, 2004.

QIU, Y.; SHAUKAT, A.; THARYAN, R. Environmental and social disclosures: Link with corporate financial performance. **The British Accounting Review**, 48, n. 1, p. 102-116, 2016.

REAST, J.; MAON, F.; LINDGREEN, A.; VANHAMME, J. Legitimacy-Seeking Organizational Strategies in Controversial Industries: A Case Study Analysis and a Bidimensional Model. **Journal of Business Ethics**, 118, p. 139-153, 2013.





RIBEIRO, F.; ALVES, T. A.; TAFFAREL, M.; MENON, G. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E O DESEMPENHO FINANCEIRO NO SETOR DE ENERGIA ELÉTRICA: UM ESTUDO COM MODELO DE DADOS EM PAINÉIS. **Gestão & Regionalidade**, 33, n. 99, 2017.

ROVER, S.; TOMAZZIA, E. C.; MURCIA, F. D.-R.; BORBA, J. A. Explicações para a divulgação voluntária ambiental no Brasil utilizando a análise de regressão em painel. **Revista de Administração - RAUSP**, 47, n. 2, p. 217-230, 2012.

RUFINO, M. A.; REIS MACHADO, M. Fatores Determinantes da Divulgação de Informações Voluntária Social: Evidências Empíricas no Brasil. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, 9, n. 4, 2015.

RUIZ-LOZANO, M.; TIRADO-VALENCIA, P. Do industrial companies respond to the guiding principles of the Integrated Reporting framework? A preliminary study on the first companies joined to the initiative. **Revista de Contabilidad**, 19, n. 2, p. 252-260, 2016.

RUPLEY, K. H.; BROWN, D.; MARSHALL, S. Evolution of corporate reporting: From stand-alone corporate social responsibility reporting to integrated reporting. **Research in Accounting Regulation**, 29, n. 2, p. 172-176, 2017.

SAID, R.; ZAINUDDIN, Y. H.; HARON, H. The relationship between corporate social responsibility disclosure and corporate governance characteristics in Malaysian public listed companies. **Social Responsibility Journal**, 5, n. 2, p. 212-226, 2009.

SEVERO, E. A.; GUIMARÃES, J. C. F.; HENRI DORION, E. C. Cleaner production, social responsibility and eco-innovation: Generations' perception for a sustainable future. **Journal of Cleaner Production**, 186, p. 91-103, 2018/06/10/ 2018.

SILVA, M. N. D.; LIMA, J. A. S. D. O.; FREITAS, M. A. L. D.; LAGIOIA, U. C. T. Determinantes do disclosure ambiental nos relatórios de empresas listadas na Bovespa. **REVISTA AMBIENTE CONTÁBIL-Universidade Federal do Rio Grande do Norte- ISSN 2176-9036**, 7, n. 2, p. 1-15, 2015.

STACCHEZZINI, R.; MELLONI, G.; LAI, A. Sustainability management and reporting: the role of integrated reporting for communicating corporate sustainability management. **Journal of Cleaner Production**, 136, p. 102-110, 2016/11/10/ 2016.

SUCHMAN, M. C. Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. **Academy of management review**, 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**, 22, n. 55, 2011.





TILLING, M. V.; TILT, C. A. The edge of legitimacy: voluntary social and environmental reporting in Rothmans' 1956-1999 annual reports. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, 23, p. 55-81, 2010.

TREVISAN, F. A. Balanço social como instrumento de marketing. **RAE-eletrônica**, 1, n. 2, p. 1-12, 2002.

TSCHOPP, D.; HUEFNER, R. J. Comparing the Evolution of CSR Reporting to that of Financial Reporting. **Journal of Business Ethics**, 127, n. 3, p. 565-577, 2015.

UNERMAN, J. Methodological issues - Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, 13, n. 5, p. 667-681, 2000.

VAN STADEN, C. J.; HOOKS, J. A comprehensive comparison of corporate environmental reporting and responsiveness. **The British Accounting Review**, 39, n. 3, p. 197-210, 2007.

VERRECCHIA, R. E. Essays on disclosure. **Journal of Accounting and Economics**, 32, p. 97-180, 2001.

VIANA JUNIOR, D. B. C.; CRISÓSTOMO, V. L. Nível de Disclosure Ambiental das Empresas Pertencentes aos Setores Potencialmente Agressivos ao Meio Ambiente. **Contabilidade, Gestão e Governança**, 19, n. 2, p. 254-273, 2016.

VIANA JUNIOR, D. B. C.; CRISÓSTOMO, V. L. Nível de Disclosure Socioambiental: Uma Análise Comparativa entre Empresas Brasileiras de acordo com o Potencial de Agressão ao Meio Ambiente. **Revista de Administração da UFSM**, 10, n. Ed. Especial, p. 79-99, 2017.

WADDOCK, S. A.; GRAVES, S. B. The corporate social performance-financial performance link. **Strategic Management Journal**, 18, n. 4, p. 303-319, 1997.

WILLIS, A. The role of the global reporting initiative's sustainability reporting guidelines in the social screening of investments. **Journal of Business Ethics**, 43, n. 3, p. 233-237, 2003.

