

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

MARIA LUIZA FARIAS DINIZ

**ANÁLISE DA DIVULGAÇÃO DE CAPITAIS NÃO FINANCEIROS DO RELATO
INTEGRADO**

**JOÃO PESSOA – PB
2020**

MARIA LUIZA FARIAS DINIZ

ANÁLISE DA DIVULGAÇÃO DE CAPITAIS NÃO FINANCEIROS DO RELATO INTEGRADO

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba (PPGCC/UFPB) como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Linha de Pesquisa: Informação Contábil para Usuários Internos.

Orientador: Prof. Dr. Aldo Leonardo Cunha Callado.

**JOÃO PESSOA – PB
2020**

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

D585a Diniz, Maria Luiza Farias.
ANALISE DA DIVULGAÇÃO DE CAPITAIS NAO FINANCEIROS DO
RELATO INTEGRADO / Maria Luiza Farias Diniz. - João
Pessoa, 2020.
157 f. : il.

Orientação: Aldo Leonardo Cunha Callado.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCSA.

1. Relato Integrado. 2. Capitais não Financeiros.
3. Teoria da Divulgação. 4. Teoria da Legitimidade. I.
Callado, Aldo Leonardo Cunha. II. Título.

UFPB/BC

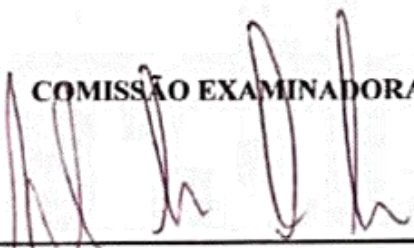
MARIA LUIZA FARIAS DINIZ

ANÁLISE DA DIVULGAÇÃO DE CAPITAIS NÃO FINANCEIROS DO RELATO INTEGRADO

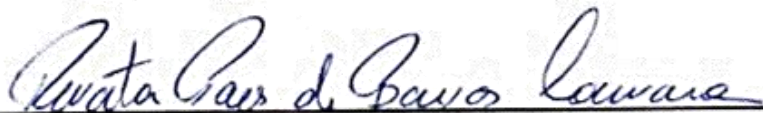
Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal da Paraíba (PPGCC/UFPB), em cumprimento às exigências para a obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Dissertação aprovada em 21 de fevereiro de 2020.


COMISSÃO EXAMINADORA



Orientador: Prof. Dr. Aldo Leonardo Cunha Callado
Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis
Universidade Federal da Paraíba



Examinador Interno: Profa. Dra. Renata Paes de Barros Câmara
Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis
Universidade Federal da Paraíba



Examinador Externo: Profa. Dra. Ana Lúcia de Araújo Lima Coelho
Programa de Pós-Graduação em Administração
Universidade Federal da Paraíba

Dedico este trabalho a minha família, em especial a minha tia Adilma (*in memoriam*), por todo esforço e dedicação para meu aprendizado, desde o princípio da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, que me deu força e resignação para passar por todos os obstáculos, pois, se não fosse da vontade dEle, nada disso estaria acontecendo. E em meio a tantos acontecimentos bons e ruins, vi que o caminho certo é sempre persistir.

Agradeço a minha família e a todos que me incentivaram de alguma forma – me ajudando a vencer esta etapa e realizando junto comigo este sonho. Em especial, a minha tia Maria Adilma (*in memorian*), que, infelizmente, após minha aprovação no mestrado, teve que partir para outro plano, não podendo, dessa forma, acompanhar presencialmente essa etapa de minha vida, durante a qual, em vários momentos, senti falta de sua presença e vibração aqui perto de mim.

Agradeço também a todos que tive o prazer de conhecer nesta caminhada acadêmica (professores, colegas, amigos, funcionários); em especial, à minha turma do mestrado, com quem compartilhei todos os momentos da pós-graduação. Com toda certeza, vou levar para a vida todo o aprendizado adquirido nesta nova caminhada.

Em meio ao mestrado, obtive a experiência marcante de uma transição de emprego, podendo, assim, evoluir na minha vida profissional. Agradeço a todos que me incentivaram a prosseguir no processo seletivo, em especial à amiga Pâmela e ao professor Aldo, que foram os primeiros a saberem o que estava acontecendo e me aconselharam a prosseguir, pois acreditavam que eu conseguiria “dar conta” de toda essa mudança junto com uma pós-graduação. Hoje estou aqui repleta, grata por tudo que o mestrado me proporcionou mediante todo o aprendizado adquirido.

Por fim, em especial, agradeço a meu professor e orientador, Aldo Callado, por toda sua força de vontade, determinação e disponibilidade para me passar um pouco do seu grande conhecimento, sempre acreditando no meu potencial e me incentivando para a conclusão deste trabalho. Meu muito obrigada!!!

**“O êxito da vida não se mede pelo caminho que
você conquistou, mas sim pelas dificuldades que
superou no caminho.”**

Abraham Lincoln

RESUMO

Nas últimas décadas, as empresas passaram a reagir de maneira diferenciada no que se refere ao reporte das suas informações às partes interessadas, passando a divulgar mais do que apenas informações financeiras, pois o interesse dos usuários por informações de natureza ambiental e social aumentaram. Para incentivar as empresas frente à divulgação de informações não financeiras, o Relato Integrado (RI) foi criado em 2010 com o objetivo de desenvolver uma forma diferente de agir no tocante à evidenciação empresarial. O RI interliga as informações presentes nos relatórios empresariais, tornando-se o principal instrumento de divulgação das informações corporativas (financeiras e não financeiras), apresentando informações relevantes sobre as atividades das organizações. Esse novo modelo de relatório é composto por 6 (seis) capitais, a saber: financeiro; manufaturado; natural; humano; social e de relacionamento; e intelectual. Para a realização desta pesquisa, foram calculados e analisados os capitais não financeiros do RI divulgados por empresas pertencentes a 9 (nove) diferentes setores econômicos, considerando o período temporal de 2014 a 2018. As empresas participantes da pesquisa foram identificadas de acordo com a “*Examples Database*” do próprio *Integrated Reporting <IR>*. A pesquisa, quanto aos objetivos, classifica-se como exploratória e descritiva. No tocante aos procedimentos, é considerada uma pesquisa bibliográfica e documental, de abordagem qualitativa e quantitativa. Para o seu desenvolvimento, foi utilizada a técnica de análise de conteúdo, que veio inovar as pesquisas nesta área, sendo realizada por meio da mineração de dados com uso do *software* “R”. Para a sua execução, foram identificadas, calculadas e analisadas as informações referentes aos capitais não financeiros do RI, de acordo com um *checklist* das palavras chave/relacionadas, que são descritas mediante as informações no *framework* de lançamento (Indicadores Chaves de Desempenho – KPIs), totalizando 34 (trinta e quatro) indicadores. Dessa forma, por intermédio da divulgação dos capitais analisados, tem-se como resultado geral, que grande parte das organizações busca inserir em seus relatórios informações que se referem aos indicadores dos capitais não financeiros analisados. Na análise do índice de divulgação (ID), alguns setores econômicos obtiveram o máximo em seus resultados, que se refere a 100%, em vários indicadores dos capitais não financeiros do RI, destacando-se, dessa forma, no tocante à divulgação voluntária disponibilizada nos relatórios organizacionais. Por fim, com referência às comparações dos setores econômicos com os indicadores de cada capital não financeiro analisado, têm-se os setores com maiores destaques em relação às maiores médias alcançadas: o de energia, utilidade pública e saúde, uma vez que as organizações que os compõem disponibilizam, em seus relatórios, um quantitativo maior de informações, do que as demais, no que se refere aos indicadores-chave de desempenho, de acordo com as palavras relacionadas à análise desta pesquisa.

Palavras-Chave: Relato Integrado; Capitais não Financeiros; Teoria da Divulgação; Teoria da Legitimidade.

ABSTRACT

In the last few decades, companies have started to react differently when it comes to reporting their information to interested parties, starting to demand more than just financial information, because users' interest in information of an environmental and social nature has increased. To encourage companies to reveal non-financial information, the Integrated Report (IR) was created in 2010 aiming to develop a different way of acting, regarding to corporate disclosure. The IR interconnects the information of the corporate reports, making it the main tool for disseminating corporate information (financial and non-financial), presenting relevant information about the activities of the organizations. This new report model is composed of 6 (six) capitals: financial; manufactured; natural; human; social and relationship; and intellectual. In order to carry out this research, the disclosure of IR non-financial capital from companies belonging to 9 (nine) different economic sectors was calculated and analyzed, considering the period from 2014 to 2018. The companies participating in the research were identified according to the “Examples Database” of the Integrated Reporting <IR> itself. This research regarding the objectives is classified as exploratory and descriptive. Regarding the procedures, this research is bibliographic and documentary, with a qualitative and quantitative approach. For its development, the content analysis technique was used, which innovates research in this area, because it was carried out through mining data through the “R” software. For its execution, information related to the non-financial capital of IR was identified, calculated and analyzed, according to a checklist of keywords / related ones that are described before the information in the launching framework (Key Performance Indicators - KPIs), totaling 34 (thirty-four) indicators. Thus, it has as a general result considering the disclosure of the analyzed capitals that most organizations seek to insert in their reports information that refers to the indicators of the non-financial capital analyzed. In the analysis of the disclosure index (DI), some economic sectors had their results as maximum, which refers to (100%) in various indicators of non-financial capital of IR, thus standing out in relation to the voluntary disclosure available in the organizational reports. Finally, with regard to the comparisons of the economic sectors with the indicators of each non-financial capital analyzed, there are the sectors with the greatest highlights in relation to the highest averages achieved: energy, public utility and health. So that the organizations that compose them, make available, in a greater quantity than the others, information in their reports that refer to the key performance indicators according to the related words analyzed in this research.

Key words: Integrated Reporting; Non-financial capital; Disclosure Theory; Theory of Legitimacy.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

GRI – *Global Reporting Initiative*

IIRC – *International Integrated Reporting Council*

ID – Índice de Divulgação

IR – *Integrated Reporting*

KPIs – *Key Performance Indicators*

RI – Relato Integrado

PP – Programa Piloto

TL – Teoria da Legitimidade

LISTA DE EQUAÇÃO

Equação 1 – Índice de Divulgação	52
--	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Lógica de construção do algoritmo para a mineração.....	50
Figura 2 – Total de divulgação do Capital Natural	58
Figura 3 – Total de divulgação do Capital Humano.....	59
Figura 4 – Total de divulgação do Capital Social e de Relacionamento	60
Figura 5 – Total de divulgação do Capital Intelectual.....	62
Figura 6 – Setores com destaque na divulgação.....	145

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Indicador (1) do Capital Natural	102
Gráfico 2 – Indicador (2) do Capital Natural	104
Gráfico 3 – Indicador (3) do Capital Natural	105
Gráfico 4 – Indicador (4) do Capital Natural	106
Gráfico 5 – Indicador (5) do Capital Natural	107
Gráfico 6 – Indicador (6) do Capital Natural	108
Gráfico 7 – Indicador (7) do Capital Natural	109
Gráfico 8 – Indicador (1) do Capital Humano.....	110
Gráfico 9 – Indicador (2) do Capital Humano.....	111
Gráfico 10 – Indicador (3) do Capital Humano.....	112
Gráfico 11 – Indicador (4) do Capital Humano.....	113
Gráfico 12 – Indicador (5) do Capital Humano.....	114
Gráfico 13 – Indicador (6) do Capital Humano.....	115
Gráfico 14 – Indicador (7) do Capital Humano.....	116
Gráfico 15 – Indicador (8) do Capital Humano.....	117
Gráfico 16 – Indicador (9) do Capital Humano.....	118
Gráfico 17 – Indicador (10) do Capital Humano.....	119
Gráfico 18 – Indicador (11) do Capital Humano.....	120
Gráfico 19 – Indicador (1) do Capital Social e de Relacionamento.....	121
Gráfico 20 – Indicador (2) do Capital Social e de Relacionamento.....	122
Gráfico 21 – Indicador (3) do Capital Social e de Relacionamento.....	123
Gráfico 22 – Indicador (4) do Capital Social e de Relacionamento.....	124
Gráfico 23 – Indicador (5) do Capital Social e de Relacionamento.....	125
Gráfico 24 – Indicador (6) do Capital Social e de Relacionamento.....	126
Gráfico 25 – Indicador (7) do Capital Social e de Relacionamento.....	127
Gráfico 26 – Indicador (8) do Capital Social e de Relacionamento.....	128
Gráfico 27 – Indicador (1) do Capital Intelectual.....	129
Gráfico 28 – Indicador (2) do Capital Intelectual.....	130
Gráfico 29 – Indicador (3) do Capital Intelectual.....	131
Gráfico 30 – Indicador (4) do Capital Intelectual.....	132
Gráfico 31 – Indicador (5) do Capital Intelectual.....	133
Gráfico 32 – Indicador (6) do Capital Intelectual.....	134

Gráfico 33 – Indicador (7) do Capital Intelectual.....	135
Gráfico 34 – Indicador (8) do Capital Intelectual.....	136
Gráfico 35 – Total do Capital Natural	141
Gráfico 36 – Total do Capital Humano	142
Gráfico 37 – Total do Capital Social e de Relacionamento	143
Gráfico 38 – Total do Capital Intelectual	144

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Princípios Básicos do RI	29
Quadro 2 – Elementos de Conteúdo do RI.....	29
Quadro 3 – Categorias e Descrição dos Capitais do RI.....	30
Quadro 4 – População e Amostra.....	47
Quadro 5 – KPIs dos Capitais não financeiros	48
Quadro 6 – <i>Checklist</i> – Indicadores chave de desempenho.....	50
Quadro 7 – Níveis de Aderência dos KPIs	53

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Divulgação Geral do Capital Natural - Todos os Setores.....	57
Tabela 2 – Divulgação Geral do Capital Humano - Todos os Setores	58
Tabela 3 – Divulgação Geral do Capital Social e de Relacionamento - Todos os Setores	60
Tabela 4 – Divulgação Geral do Capital Intelectual - Todos os Setores.....	61
Tabela 5 – Índice de Divulgação do Setor – (1) Consumo Cíclico	64
Tabela 6 – Índice de Divulgação do Setor – (2) Consumo Não Cíclico	65
Tabela 7 – Índice de Divulgação do Setor – (3) Energia.....	65
Tabela 8 – Índice de Divulgação do Setor – (4) Financeiro.....	66
Tabela 9 – Índice de Divulgação do Setor – (5) Industrial.....	67
Tabela 10 – Índice de Divulgação do Setor – (6) Material Básico.....	68
Tabela 11 – Índice de Divulgação do Setor – (7) Saúde	69
Tabela 12 – Índice de Divulgação do Setor – (8) Tecnologia e Serv. de Telecomunicações ..	70
Tabela 13 – Índice de Divulgação do Setor – (9) Utilidade Pública	71
Tabela 14 – Índice Médio de Divulgação por Setor	72
Tabela 15 – Classificação do Nível de Divulgação.....	72
Tabela 16 – Índice de Divulgação do Setor – (1) Consumo Cíclico	73
Tabela 17 – Índice de Divulgação do Setor – (2) Consumo Não Cíclico	74
Tabela 18 – Índice de Divulgação do Setor – (3) Energia.....	75
Tabela 19 – Índice de Divulgação do Setor – (4) Financeiro.....	76
Tabela 20 – Índice de Divulgação do Setor – (5) Industrial.....	77
Tabela 21 – Índice de Divulgação do Setor – (6) Material Básico.....	78
Tabela 22 – Índice de Divulgação do Setor – (7) Saúde	79
Tabela 23 – Índice de Divulgação do Setor – (8) Tecnologia e Serv. Telecomunicações	79
Tabela 24 – Índice de Divulgação do Setor – (9) Utilidade Pública	80
Tabela 25 – Índice Médio de Divulgação por Setor	81
Tabela 26 – Classificação do Nível de Divulgação.....	82
Tabela 27 – Índice de Divulgação do Setor – (1) Consumo Cíclico	83
Tabela 28 – Índice de Divulgação do Setor – (2) Consumo Não Cíclico	83
Tabela 29 – Índice de Divulgação do Setor – (3) Energia.....	84
Tabela 30 – Índice de Divulgação do Setor – (4) Financeiro.....	85
Tabela 31 – Índice de Divulgação do Setor – (5) Industrial.....	86
Tabela 32 – Índice de Divulgação do Setor – (6) Material Básico.....	86

Tabela 33 – Índice de Divulgação do Setor – (7) Saúde	87
Tabela 34 – Índice de Divulgação do Setor – (8) Tecnologia e Serv. Telecomunicações	88
Tabela 35 – Índice de Divulgação do Setor – (9) Utilidade Pública	89
Tabela 36 – Índice Médio de Divulgação por Setor	90
Tabela 37 – Classificação do Nível de Divulgação	90
Tabela 38 – Índice de Divulgação do Setor – (1) Consumo Cíclico	91
Tabela 39 – Índice de Divulgação do Setor – (2) Consumo Não Cíclico	92
Tabela 40 – Índice de Divulgação do Setor – (3) Energia.....	93
Tabela 41 – Índice de Divulgação do Setor – (4) Financeiro	94
Tabela 42 – Índice de Divulgação do Setor – (5) Industrial.....	95
Tabela 43 – Índice de Divulgação do Setor – (6) Material Básico.....	96
Tabela 44 – Índice de Divulgação do Setor – (7) Saúde	96
Tabela 45 – Índice de Divulgação do Setor – (8) Tecnologia e Serv. Telecomunicações	97
Tabela 46 – Índice de Divulgação do Setor – (9) Utilidade Pública	98
Tabela 47 – Índice Médio de Divulgação por Setor	99
Tabela 48 – Classificação do Nível de Divulgação	100
Tabela 49 – Análise da significância dos Capitais	101

SUMÁRIO

1	CONTEXTUALIZAÇÃO.....	17
1.1	DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA	19
1.2	OBJETIVOS.....	20
1.2.1	Objetivo Geral	21
1.2.2	Objetivos Específicos.....	21
1.3	JUSTIFICATIVA.....	21
2	REFERENCIAL TEÓRICO	26
2.1	RELATO INTEGRADO.....	26
2.2	TEORIA DA DIVULGAÇÃO E <i>DISCLOSURE</i> VOLUNTÁRIO	32
2.3	TEORIA DA LEGITIMIDADE.....	36
2.3.1	Legitimidade segundo Suchman (1995).....	39
2.4	ESTUDOS CORRELATOS.....	41
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	45
3.1	TIPOLOGIA DA PESQUISA.....	45
3.2	POPULAÇÃO E AMOSTRA DA PESQUISA	46
3.3	PROCEDIMENTO DE COLETA E TRATAMENTO DOS DADOS.....	47
3.3.1	Níveis de Aderência	52
3.3.2	Análise da Divulgação.....	53
3.4	ANÁLISE INFERENCIAL.....	54
4	ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	56
4.1	DIVULGAÇÃO GERAL NOS RELATÓRIOS	56
4.2	ANÁLISES DOS CAPITAIS.....	62
4.2.1	Capital Natural	63
4.2.2	Capital Humano	73
4.2.3	Capital Social e de Relacionamento.....	82
4.2.4	Capital Intelectual	91
4.3	COMPARAÇÕES ENTRE SETORES.....	100
4.4	SÍNTESES DOS RESULTADOS.....	137
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	146
	REFERÊNCIAS	149

1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Ao longo das últimas décadas, vem emergindo uma crescente consciência do papel das empresas na sociedade. A preocupação é justificada, uma vez que uma série de empresas tem gerado impactos negativos na sociedade e no meio ambiente, apesar de terem contribuído para o desenvolvimento econômico e tecnológico. Dessa forma, determinadas organizações começaram a demonstrar crescente preocupação e atenção por questões, como: poluição; desperdício; esgotamento dos recursos; qualidade do produto e segurança; condições de trabalho; direitos humanos; e estatuto dos trabalhadores (PISTONI; SONGINI, 2013).

Nesse contexto, as empresas têm reagido de diferentes maneiras no tocante às demandas das partes interessadas (*stakeholders*) por informações organizacionais, uma vez que se amplia o interesse dos usuários por informações de natureza ambiental e social – não só apenas as informações financeiras se apresentam como suficientes para a realização de avaliação e análise do desempenho organizacional.

As crescentes demandas se referem às informações fornecidas pelas empresas em relação ao respectivo desempenho financeiro, governança corporativa e contribuição para o desenvolvimento da sustentabilidade. Como resposta, algumas empresas líderes começaram a publicar relatórios integrados, na forma de um documento com um resumo coerente de informações, facilitando, assim, a participação dos interessados (FRIAS et al., 2012).

Diante desse interesse, a inclusão e divulgação de informações não financeiras através de outros relatórios, além do financeiro ou anual – a exemplo dos relatórios de sustentabilidade, de responsabilidade social corporativa e integrado – podem ser um diferencial para a organização, no instante em que se apresentam informações adicionais sobre estratégia, governança e desempenho.

Assim, algumas empresas passaram a demonstrar para a sociedade que, além de realizarem suas atividades, elas também se preocupam com o ambiente em que atuam (BEUREN; GUBIANI; SOARES, 2013), começando a desenvolver uma responsabilidade maior com relação à sociedade, prestando contas dos recursos utilizados e divulgando informações por meio de outros relatórios (NIYAMA, 2014).

O desenvolvimento desses relatórios busca identificar, mensurar e divulgar o desempenho das organizações, não apenas nos aspectos econômico e financeiro, mas também sociais e ambientais. Nesse cenário, o Relato Integrado (RI) pode ser considerado como o novo sistema de comunicação, que representa todas as informações – financeiras e não financeiras –

combinadas em um único relatório. Dessa maneira, o RI interliga as informações presentes nos relatórios empresariais, tornando-se o principal instrumento de divulgação de todas as informações corporativas, apresentando informações relevantes sobre as atividades das organizações (IIRC, 2013).

Para isso, em sua estrutura, o RI utiliza-se da denominação “capitais, os quais irão informar sobre os indicadores que o compõem e integram características das dimensões econômica, social e ambiental, já abordadas em outros relatórios – como o de sustentabilidade e o de responsabilidade social corporativa –, de modo que foi ampliada a estrutura (*framework*) do relato integrado para 6 (seis) capitais, a saber: financeiro; manufaturado; natural; humano; social e de relacionamento; e intelectual.

O RI busca gerar valor para as organizações. Este é estruturado a partir dos capitais, explicando os recursos e relacionamentos utilizados e afetados por uma organização. Também explica a interação da empresa com os ambientes externo e interno, demonstrando, assim, a sua geração de valor ao longo dos anos (IIRC, 2013).

O diferencial do RI é considerado pela importância de as organizações manterem as diferentes partes interessadas informadas sobre a divulgação financeira e não financeira em um único relatório. Neste, a informação financeira é baseada em regras políticas internacionais e normas contábeis; já a produção da informação não financeira (voluntária) é referente a aspectos sociais, ambientais e sustentáveis, sendo considerado um processo informal (JEROE, 2016).

Entende-se, assim, que o aumento da divulgação voluntária de informações de caráter contábil, social e ambiental tem possibilitado, aos cidadãos, visualizarem, de forma mais efetiva, as atividades desenvolvidas por determinada entidade e, conseqüentemente, usufruírem dos serviços por ela oferecidos (AVELINO, 2013).

Uma nova postura corporativa é gerada à medida que a sociedade passa a exigir que o crescimento econômico esteja alinhado com a responsabilidade social e ambiental. Dessa forma, com interesse na divulgação de informações pelas organizações para a sociedade a partir da legitimidade, busca-se apresentar motivações e preceitos dessa relação – empresa e sociedade –, fazendo com que as empresas busquem meios de se legitimar divulgando informações financeiras e não financeiras (DIAS; LIMA; SILVA; PINHEIRO, 2014).

O objetivo do *framework* do RI é estabelecer os Princípios Orientadores e os Elementos de Conteúdo que regem a estrutura geral de um relatório integrado e explicar os conceitos fundamentais que o sustentam. Nesse processo de desenvolvimento da estrutura conceitual para o RI, o Conselho Internacional para Relato Integrado - *International Integrated Reporting*

Council (IIRC) criou o Programa Piloto (PP), o qual é um projeto em que empresas participantes são consideradas pioneiras e proativas na prática de divulgação de informações, não apenas financeiras, mas também não financeiras, relacionadas aos capitais considerados no RI. Diante desse fato, empresas e investidores de vários países participam do PP do IIRC (IIRC, 2013).

O PP sugere que os relatórios integrados contenham extensa discussão sobre o que se usa na empresa e sobre seus impactos nos recursos ambientais (capital natural) e os sociais (capital humano, intelectual, social e de relacionamento). Dessa forma, as organizações que aderem às características do RI podem trazer benefícios, incluindo melhorias substanciais, para as relações das partes interessadas, reputação e valor da marca, bem como novos *insights* sobre como eles podem melhor utilizar os seus recursos para criar valor (SOYKA, 2013).

No atual contexto, decorrente de avanços associados à tecnologia, globalização e industrialização, a quantidade de informações sociais e ambientais demonstra uma maior preocupação das organizações em ser consideradas pela sociedade como ser social e ambientalmente responsáveis pelas informações divulgadas. Dessa forma, as organizações podem estar reforçando a sua legitimidade e preservando a sua continuidade em um ambiente que conduz a uma interdependência dos mercados, facilitando a internacionalização e reconhecimento (SILVA, 2014).

Diante do exposto, percebe-se a relevância e representatividade de organizações mundiais no que se refere a divulgar, em seus relatórios, informações de acordo com o *framework* do Relato Integrado publicado em dezembro de 2013. À vista disso, este trabalho busca identificar a divulgação – considerando diferentes setores econômicos – de organizações que compõem os países do G-8 e do Brasil, no que se refere ao interesse de se legitimar através de divulgações, de forma voluntária, das informações referentes aos capitais não financeiros do Relato Integrado, considerando o período analisado – 2014 a 2018.

1.1 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA DE PESQUISA

Há uma divulgação crescente de informações sociais e ambientais por meio de diferentes formas e canais de comunicação. A Teoria da Legitimidade (TL) tem sido adotada para apoiar várias pesquisas, a fim de assegurar as razões que motivam as empresas a investirem na divulgação social e ambiental, sem que seja necessária qualquer força legal (KOULOUKOUI et al., 2018).

Segundo a TL, considera-se que a sociedade permite, às empresas, existir e ter direitos, esperando que elas correspondam às expectativas sobre como as suas operações devem ser

conduzidas. Essa teoria ainda considera que uma empresa para sobreviver deve assegurar que as atividades estejam de acordo com os valores e normas da sociedade (BARROS, 2008).

Dessa forma, percebe-se a relevância em analisar a divulgação das informações referentes aos capitais não financeiros do RI de acordo com o *framework* de 2013, de modo que as empresas não sejam obrigadas a informá-las aos seus usuários. Assim, as empresas que têm esse interesse de divulgação buscam legitimar-se perante a sociedade em que está inserida.

O *framework* do RI não exige que o relatório integrado seja o único documento; o que significa que uma empresa pode adotar os conceitos do RI, mas optar por incluir as informações referentes a ele no relatório de sustentabilidade, no relatório de responsabilidade social corporativa, no relatório integrado ou apenas no relatório anual.

O RI deve conectar informações, associar a estratégia ao desempenho financeiro e não financeiro, dar causa e consequência para a comunicação de resultados e interligar pessoas e dados de diferentes áreas para, enfim, apresentar informações integradas da companhia sobre seus negócios. As divulgações referentes aos capitais não financeiros são consideradas, portanto, de forma voluntária, na perspectiva de legitimidade das organizações diante da sociedade e de seus usuários.

Faz-se necessária, pois, a apresentação de informações não financeiras nos relatórios corporativos existentes; surge, então, a necessidade de um relatório organizacional com maior qualidade, de forma que contemple todas as informações – financeiras e não financeiras – consideradas abrangentes e relevantes, conforme o conceito do Relato Integrado.

Assim, a presente pesquisa busca responder ao seguinte questionamento: *Quais indicadores não financeiros do Relato Integrado estão sendo mais divulgados em organizações considerando diferentes setores econômicos?*

Por ser um conceito relativamente novo, essa questão da pesquisa busca identificar a divulgação das informações referentes aos capitais não financeiros do RI, a partir do seu *framework*, considerando empresas de diferentes setores econômicos extraídas da “*Examples Database*” do *Integrated Reporting <IR>*, de modo a analisar como as organizações comunicam, às partes interessadas, as informações que compõem os capitais não financeiros.

1.2 OBJETIVOS

Com a finalidade de responder ao problema de pesquisa deste estudo, foram desenvolvidos os seguintes objetivos: geral e específicos.

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste estudo foi analisar a divulgação das informações referentes aos capitais não financeiros do Relato Integrado de empresas, considerando diferentes setores econômicos.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar as informações referentes aos capitais não financeiros do Relato Integrado nas empresas analisadas;
- Mensurar a divulgação dos indicadores-chave de desempenho (KPIs) de cada capital não financeiro de acordo com os setores econômicos analisados;
- Comparar os resultados dos diferentes capitais não financeiros considerando os setores econômicos analisados.

1.3 JUSTIFICATIVA

Durante as últimas duas décadas, as empresas aumentaram o interesse em distinguir as divulgações sociais e ambientais em seus relatórios. Essa prática tornou-se mais complexa a partir da necessidade de estas informar sobre a existência de problemas, para atender às crescentes expectativas das partes interessadas. Outro fator que contribui para a crescente preferência por relatórios integrados é o aumento do impacto social das atividades das empresas, tanto sobre a economia como sobre as comunidades em que atuam (TOIT; ZYL; SCHUTTE, 2017).

O RI traz justamente a união das informações em apenas um relatório de maneira integrada, numa abordagem ampla, que permite a compreensão do desempenho da organização a partir da divulgação do valor financeiro e não financeiro. Esse instrumento fornece uma análise dos impactos e associações de oportunidades, relevantes aos riscos e desempenho de toda a organização.

Como a empresa age dentro de uma rede complexa e dinâmica de pessoas e grupos, a sua sobrevivência depende de sua capacidade de criar valor através da satisfação dos interesses dos seus *stakeholders*. A consequência imediata é a necessidade de a empresa equilibrar os interesses dos vários grupos, porque apenas as perspectivas financeiras por si só podem não ser

capazes de garantir e firmar as decisões, ações e comportamentos alinhados com a satisfação das partes interessadas (PISTONI; SONGINI, 2013).

O objetivo da divulgação de informações além das financeiras por parte das organizações consiste em demonstrar informações adicionais sobre si, facilitando o acesso dos interessados. Nesse sentido, apresentam-se novos desafios às organizações: na forma de divulgação obrigatória da informação financeira; e voluntária, da informação não financeira. De acordo com Silva (2014), a integração do mundo empresarial com o mundo social é fundamental, e começa a ser notório um aumento das informações que as organizações voluntariamente disponibilizam em seus relatórios.

Quando os objetivos da empresa estão alinhados com os da sociedade, o contrato social é efetivamente perseguido, e a empresa obtém legitimidade (PISTONI; SONGINI, 2013). Portanto um aumento na divulgação de informações não financeiras pode estar associado às leis, às pressões ambientais que decorrem das partes interessadas – como os *stakeholders* –, ou apenas ao interesse das empresas de se legitimarem perante a sociedade (MOUSA; HASSAN, 2015).

Sendo assim, as divulgações de informações não financeiras suplementares (voluntárias) podem complementar as divulgações obrigatórias e, potencialmente, proporcionar uma melhor visão para os usuários. No entanto, como a divulgação de informações não financeiras é de natureza voluntária, as organizações podem ter aumentado esse tipo de divulgação nos últimos anos, porém, a qualidade desta pode não ser proporcional à sua quantidade. Devido ao aumento exponencial no tamanho dos relatórios corporativos, os interessados muitas vezes se deparam com uma abundância de informações (CHIU, 2016).

Dessa forma, busca-se, por meio da divulgação voluntária, abrir precedentes para que as demais entidades, públicas e privadas, adotem o mesmo comportamento. Vale destacar que o RI é um documento recente no meio empresarial. De acordo com o IIRC (2013), espera-se que este se torne o padrão dos relatórios corporativos, de modo que as organizações não divulguem apenas informações numerosas, desconexas e estáticas, possibilitando, dessa forma, o processo de pensamento integrado. Esse comportamento levaria também a uma melhor integração dos sistemas de informação que apoiam a comunicação de usuários internos e externos, entre eles a preparação do relatório na íntegra.

A fim de lidar com os desafios de informação na era atual de negócios, as empresas são incentivadas pelos órgãos de regulação e de contabilidade, pressionadas pelas partes interessadas e dirigidas pelo mercado, a divulgar mais informações do que o necessário – nesse caso, também as informações não financeiras. De forma complementar, os órgãos reguladores

já começaram a definir normas e orientações ajudando as empresas a fornecer um nível eficaz de divulgação voluntária (HABBASH; HUSSAINEY; AWAD, 2016).

Pode-se perceber, então, que as exigências relativas à comunicação mudaram, e agora as empresas se esforçam para uma abordagem integrada, em que a informação financeira e a não financeira sejam consolidadas dentro de um único relatório. Desse modo, o relatório integrado torna-se a nova forma de divulgação de informações (KOSOVIC, 2013).

Portanto, a necessidade de identificar as divulgações de informações dos capitais não financeiros das empresas pode se tornar interessante, uma vez que não existe a obrigatoriedade de tal prática. As organizações que apresentam informações não financeiras nos relatórios tendem a facilitar a disseminação de conteúdo, a fim de melhorar a tempestividade e a utilidade junto àqueles usuários que possuem interesse em determinados assuntos disponibilizados nos relatórios organizacionais.

De acordo com Silva (2014), no que se refere à divulgação das informações, é necessário que as empresas entendam que não operam de forma independente, e que dependem dos seguintes capitais não financeiros: naturais, humanos, sociais/relacionais e intelectuais; e que a informação divulgada deve passar a ser coesa e clara, não importando o excesso de informação, mas sim a sua relevância.

Embora o relato integrado refira-se a uma nova abordagem – tanto das políticas públicas como das práticas organizacionais –, essa área tem-se desenvolvido rapidamente. Os relatórios integrados têm atraído a área acadêmica às pesquisas, e isso faz com que o seu corpo de literatura comece a se desenvolver em razão dos estudos e descobertas que passam a se enquadrar nessa temática (VILLIERS; RINALDI; UNERMAN, 2014).

Espera-se que cada vez mais, também, as empresas informem sobre o impacto causado na economia, na sociedade e no meio ambiente, integrando e relatando respostas a essas demandas. Dessa forma, o RI deve ser visto como um veículo que facilita a comunicação e compreensão dos riscos e das oportunidades criadas pela preocupação ambiental e social (COELHO, 2016).

Devido à sua ascensão ser um fenômeno recente, o RI pode ser considerado como um desafio para as organizações que decidirem aplicá-lo. Alguns desafios incluem os potenciais custos relacionados com a elaboração de um relatório que integre as informações financeiras e não financeiras: a necessidade de pensamento coletivo dentro da organização, que requer uma comunicação mais transparente e eficiente; a colaboração entre divisões organizacionais e departamentos; e a incerteza dos potenciais benefícios decorrentes da adoção de relatórios

integrados, analisando se os benefícios serão superiores aos custos relacionados (JOSIMOVSKI, 2017).

A presente pesquisa busca contribuir para a literatura contábil, uma vez que a metodologia aplicada neste estudo contempla o corpo de conhecimento existente na pesquisa acadêmica sobre RI. Considera-se que o pensamento integrado de informações não financeiras com as financeiras pode ser um diferencial para as organizações que buscam manter um destaque a mais diante dos interesses dos seus *stakeholders* (AKKER, 2017).

Portanto, estudos associados ao relato integrado podem ser um desafio frente às pesquisas já existentes, com o interesse de identificar as divulgações de informações não financeiras de forma voluntária. Justifica-se a importância desta pesquisa pela análise da produção científica no âmbito internacional e de uma área de conhecimento ainda em consolidação em estudos contábeis, contribuindo, dessa forma, para o levantamento de pesquisas que se referem ao RI das empresas que têm o interesse em aderir a esse modelo de divulgação (SLEWINSKI, CAMACHO, SANCHES, 2015).

De acordo com Habbash; Hussainey e Awad (2016), estudos mostram grandes variações na natureza e extensão da divulgação voluntária entre empresas, visto que algumas delas divulgam grandes quantidades de informação voluntariamente, enquanto outras não divulgam uma sequer.

Ante o exposto, esta pesquisa se destaca pelo diferencial de analisar diferentes setores econômicos, observando a divulgação das informações não financeiras dos capitais do RI de empresas que estão inseridas na própria “data base” do RI, de modo a identificar se houve divulgação, ou não, no decorrer de um determinado período – de 2014 a 2018 (esse período foi considerado a partir do ano posterior à divulgação do *framework* do RI, 2013). Assim, esta pesquisa difere de outros estudos realizados sobre essa temática, principalmente, pela inovação da análise dos dados realizada por mineração; o que torna a probabilidade de erro ser menor com a leitura otimizada realizada por um *software*.

A mineração de dados textuais é um método utilizado para navegar, organizar, achar e descobrir informações de forma automática (automatizada), em bases textuais onde se busca descobrir informações desconhecidas (ARANHA; PASSOS, 2006). Dessa forma, nesta pesquisa, busca-se extrair, com essa técnica, de grande volume de textos (relatórios) em linguagem natural, os conhecimentos úteis que se referem às palavras chave/relacionadas/*checklist*, formuladas com base nos indicadores-chave de desempenhos dos capitais não financeiros.

Assim, como contribuição e relevância para a produção e disseminação do conhecimento para a área temática do RI, estimula-se a importância de analisar-se as divulgações das informações não financeiras dos capitais feitas pelas organizações, com foco na teoria da legitimidade e na teoria da divulgação. Destaca-se que a implementação da estrutura do RI exige uma série de desafios que devem ser considerados para a divulgação.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O presente capítulo tem por finalidade apresentar uma revisão da literatura que fundamentou o desenvolvimento da pesquisa, e está estruturado da seguinte forma: relato integrado; teoria da divulgação e *disclosure* voluntário; teoria da legitimidade; e estudos correlatos.

2.1 RELATO INTEGRADO

O *International Integrated Reporting Council (IIRC)* – Conselho Internacional para Relato Integrado foi criado em agosto de 2010 com o intuito de desenvolver uma nova forma de pensar para a evidenciação corporativa. Em dezembro de 2013, foi publicado o *The International Framework* para orientar e acelerar a adoção do RI ao redor do mundo. É uma coalizão global de reguladores, investidores, empresas, normalizadores, profissionais do setor contábil e ONGs (IIRC, 2013).

O RI busca aprimorar a prestação de contas, a administração e a confiança, bem como aproveitar o fluxo de informações e a transparência dos negócios que a tecnologia proporciona ao mundo moderno. A disponibilização das informações aos investidores que precisam delas para tomar decisões mais eficazes em termos de alocação de capital poderá proporcionar melhores retornos de investimentos em longo prazo.

A missão do IIRC, segundo o próprio Comitê, é criar um modelo internacional, globalmente aceito, que contenha informações relevantes sobre a estratégia, a governança, o desempenho e as perspectivas em um formato claro, conciso e comparável. A visão, ainda conforme o IIRC, é que esse modelo seja aceito mundialmente como norma de comunicação corporativa para criação e preservação de valor. Ao incentivar uma forma diferente de pensar, o RI irá contribuir para o avanço da sustentabilidade e da contabilidade (PEIXOTO; MARTINS, 2015).

O RI surgiu com a preocupação da ligação entre a informação financeira e não financeira. Seu aspecto relevante é a conciliação entre os relatórios com vista a elaborar ou dispor de um todo coerente, completo e claro. O RI é muito mais que uma forma de divulgação da informação das empresas: é um contributo para o aumento do rigor no controle interno das informações não financeiras que dão contributo à criação de valor numa empresa. Essa nova abordagem de relato respeita às necessidades de alguns *stakeholders* em crescimento gradual,

sendo visto como a possível evolução na história do relatório financeiro perante as informações requeridas por eles (PEREIRA, 2016).

O objetivo principal de um relatório integrado é explicar, aos provedores de capital financeiro, a forma como uma organização gera valor ao longo do tempo. Um relatório integrado beneficia todas as partes que estejam interessadas na capacidade que uma organização tem de gerar valor ao longo do tempo, quais sejam: empregados, clientes, fornecedores, parceiros comerciais, comunidades locais, legisladores, reguladores e formuladores de políticas (IIRC, 2013).

Dessa forma, o RI melhora a gestão em razão da ampla base de capitais – financeiro, manufaturado, intelectual, humano, social e de relacionamento e natural –, auxiliando as organizações a determinar a melhor forma de expressar sua história de criação de valor de maneira significativa e transparente. O RI reconhece que o valor não é criado somente pela organização, mas sofre influência do ambiente externo, que cria o contexto no qual a empresa está inserida; dos relacionamentos existentes, sejam usuários externos ou usuários internos à organização; e da condição dos recursos relacionados à qualidade, disponibilidade, acessibilidade; entre outros (PEIXOTO; MARTINS, 2015).

A proposta fundamental do RI é construir um novo modelo de gestão integrada que considere conjuntamente a sustentabilidade dos negócios e os riscos de longo prazo, englobando as informações financeiras/econômicas, sociais e ambientais (KUSSABA, 2015). Os principais benefícios associados aos relatórios integrados são as oportunidades para as empresas se comunicarem e implementarem uma estratégia sustentável que irá criar valor para os acionistas em longo prazo, contribuindo para uma sociedade sustentável (COELHO, 2016).

Esses *insights* apresentam os recentes desenvolvimentos em relatórios integrados e fornecem uma indicação da complexidade envolvida na implementação de práticas de relatórios integrados no âmbito internacional. Destaca-se que relatórios integrados se baseiam em práticas de relatórios de sustentabilidade, que são mais amplamente desenvolvidos e adotados em alguns países do que em outros. Portanto, é crucial continuar a acompanhar de perto a situação da execução de relatórios integrados para desenvolver uma compreensão mais profunda de como a alocação de capitais financeiros e não financeiros se relaciona com o valor social e natural (VILLIERS; RINALDI; UNERMAN, 2014).

Considerando o RI como uma nova comunicação empresarial – visto que conecta as informações econômico-financeiras com as informações não financeiras –, evidencia-se a criação de valor ao longo do tempo para diferentes usuários, por meio do pensamento integrado. A conexão das informações que formam o RI pode ser representada de diversas maneiras, a

saber: entre informações financeiras e não financeiras; entre informações qualitativas e quantitativas; entre as informações gerenciais e as divulgadas externamente pela governança (ALVES et al., 2017).

Dessa forma, o Relatório Integrado serve como uma plataforma para as empresas fornecerem, em apenas um relatório, dados mais detalhados do que está disponível, passando a comunicar pensamentos e opiniões às outras partes interessadas. A prática desse relatório permitirá que estas avaliem o desempenho econômico, ambiental e social de um negócio, facilitando, assim, uma ligação mais eficaz da capacidade de uma empresa para criar valor em longo prazo. São identificados quatro benefícios desse relatório: maior clareza, melhores decisões, engate maior de produto e risco menor de reputação (KRZUS, 2011).

De acordo com o IIRC (2013), o RI busca: melhorar a qualidade da informação; promover uma abordagem mais coesa e eficiente do relato corporativo; melhorar a responsabilidade da gestão pela base abrangente de capitais (financeiro, manufaturado, intelectual, humano, social e de relacionamento e natural); fomentar o entendimento de suas interdependências; e apoiar a integração do pensamento, da tomada de decisão e das ações que focam na geração de valor em curto, médio e longo prazos.

O RI implica uma mudança de mentalidade, e as empresas que se engajarem a ele neste momento ajudarão a construir as bases para a comunicação corporativa do futuro e se tornarão referência para todo o mercado, além de estar mais preparadas para conquistar a confiança de seus parceiros de negócios e, portanto, para gerar valor não apenas em curto prazo, mas pensando também no seu sucesso em longo prazo (IIRC, 2013).

Sobre esse aspecto, é premente que as empresas do país: a) evoluam suas técnicas de mensuração e de coleta de dados, especialmente os indicadores socioambientais, para que tenham a mesma precisão (ou confiabilidade) dos dados financeiros; b) produzam processos de materialidade abrangentes, incluindo as percepções de seus principais públicos de relacionamento; c) reforcem o equilíbrio do relato, trazendo o mesmo nível de transparência, impactos positivos e negativos do seu desempenho; e d) conectem tanto resultados financeiros como não financeiros à estratégia definida para o presente e para o futuro, de maneira a fornecer aos tomadores de decisão externos o mesmo nível de informação que os controladores e administradores (IIRC, 2013).

Alguns Princípios Básicos sustentam a preparação de um relatório integrado: eles informam seu conteúdo e a maneira como a informação deve ser apresentada. Esses princípios, apresentados no Quadro 1, devem ser aplicados individual e coletivamente, para fins de preparação do RI.

Quadro 1 – Princípios Básicos do RI

Foco Estratégico e Orientação para o Futuro	Oferecer uma visão da estratégia da organização e de como esta se relaciona com a capacidade de gerar valor em curto, médio e longo prazos, bem como o uso que faz dos capitais e seus impactos sobre eles.
Conectividade da Informação	Mostrar uma imagem holística da combinação, do inter-relacionamento e das dependências entre os fatores que afetam a capacidade da organização de gerar valor ao longo do tempo.
Relações com Partes Interessadas	Prover uma visão da natureza e da qualidade das relações que a organização mantém com suas principais partes interessadas, incluindo como e até que ponto a organização entende, leva em conta e responde aos seus legítimos interesses e necessidades.
Materialidade	Divulgar informações sobre assuntos que afetam, de maneira significativa, a capacidade de uma organização de gerar valor em curto, médio e longo prazo.
Concisão	Deve ser conciso.
Confiabilidade e Completude	Abranger todos os assuntos relevantes, tanto positivos quanto negativos, de maneira equilibrada e isento de erros materiais.
Coerência e Comparabilidade	Apresentar as informações em um relatório integrado: (a) em bases coerentes ao longo do tempo; e (b) de maneira a permitir uma comparação com outras organizações na medida em que seja material para a capacidade da própria organização de gerar valor ao longo do tempo.

Fonte: Elaborado a partir de IIRC (2013).

O IIRC descreve vários princípios orientadores do RI, que servem de base à preparação de um relatório integrado de modo a oferecer, de maneira clara, concisa, coerente, com comparabilidade e materialidade, as informações com foco estratégico da organização, conectando-as no intuito de gerar informação de qualidade para uso posterior das partes interessadas.

Assim, o conteúdo do relatório, ou seja, as informações nele contidas, é apresentado de forma útil e deve estar à disposição dos usuários, caso precisem para alguma tomada de decisão no que se refere ao relacionamento organizacional. Na perspectiva de ajudar na organização da divulgação, há os princípios orientadores e elementos de conteúdo que regem a estrutura geral de um relatório integrado.

De acordo com os Elementos de Conteúdo, um relatório integrado abrange também 8 (oito) características que estão fundamentalmente vinculadas umas às outras e não são mutuamente excludentes. Estes são apresentados no Quadro 2.

Quadro 2 – Elementos de Conteúdo do RI

Visão Geral Organizacional e Ambiente Externo	O que a organização faz e sob que circunstâncias ela atua?
Governança	Como a estrutura de governança da organização apoia sua capacidade de gerar valor em curto, médio e longo prazo?

Modelo de Negócios	Qual é o modelo de negócios da organização?
Riscos e Oportunidades	Quais são os riscos e oportunidades específicos que afetam a capacidade da organização de gerar valor em curto, médio e longo prazos, e como a organização lida com eles?
Estratégia e Alocação de Recursos	Para onde a organização deseja ir e como ela pretende chegar lá?
Desempenho	Até que ponto a organização já alcançou seus objetivos estratégicos para o período e quais são os impactos no tocante aos efeitos sobre os capitais?
Perspectivas	Quais são os desafios e as incertezas que a organização provavelmente enfrentará ao perseguir sua estratégia e quais são as potenciais implicações para seu modelo de negócios e seu desempenho futuro?
Base para Preparação e Apresentação	Como a organização determina os temas a serem incluídos no relatório integrado e como esses temas são quantificados ou avaliados?

Fonte: Elaborado a partir de IIRC (2013).

Os Elementos de Conteúdo possuem vínculos entre si e podem ser sequenciados de diversas maneiras, para ajudar nas relações e evidências de conexões entre eles. A perspectiva é que as organizações possam se questionar sobre cada característica mencionada, de forma a responder aos questionamentos levantados na Estrutura Conceitual à luz da relação existente.

O propósito dessa Estrutura do RI (*Framework*) é estabelecer Princípios Básicos e Elementos de Conteúdo que guiem o conteúdo geral de um relatório integrado, e que expliquem os conceitos fundamentais que os sustentam. Nessa Estrutura, os capitais são classificados em: financeiro, manufaturado, intelectual, humano, social e de relacionamento, e natural.

Os capitais são fatores de valor que aumentam, diminuem ou se transformam por meio de atividades e produtos da organização. As organizações que buscam adotar um pensamento integrado agem de maneira diferente sobre suas estratégias e planos, de modo a avançar na forma de apresentação das informações para seus usuários, incluindo os capitais do RI, buscando alcançar o processo de tomada de decisão de múltiplos usuários (IIRC, 2013).

O estoque geral de capitais não permanece fixo ao longo do tempo, pois há um fluxo constante entre os capitais à medida que eles se alteram. Os capitais são classificados e descritos no Quadro 3.

Quadro 3 – Categorias e Descrições dos Capitais do RI

Capital Financeiro	Conjunto de recursos que está disponível a uma organização para ser utilizado na produção de bens ou na prestação de serviços. É obtido por meio de financiamento, ações ou subvenções, gerado por meio de investimentos.
Capital Manufaturado	Objetos físicos manufaturados, disponíveis à organização para uso na produção de bens ou na prestação de serviços, incluindo prédios e equipamentos.
Capital Intelectual	São intangíveis organizacionais baseados em conhecimento, como propriedade intelectual (patentes, software, direitos e licenças).

Capital Humano	As competências, habilidades e experiência das pessoas e suas motivações para inovar, assim como a capacidade de entender, desenvolver e implementar uma estratégia, lealdade e motivação para melhorar os processos, bens e serviços.
Capital Social e de Relacionamento	As instituições e os relacionamentos dentro e entre comunidades, grupos de partes interessadas e outras redes; e a capacidade de compartilhar informações para melhorar o bem-estar individual e coletivo.
Capital Natural	Todos os recursos ambientais renováveis e não renováveis e processos ambientais que fornecem bens ou serviços que apoiam a prosperidade passada, presente e futura de uma organização.

Fonte: Elaborado a partir de IIRC (2013).

Conforme apresentado, no RI, os capitais são 6 (seis). Estes podem ser classificados de acordo com a forma de divulgar as informações, não se restringindo apenas às financeiras (referindo-se aos capitais financeiro e manufaturado), mas também evidenciando as informações não financeiras (que compreendem os capitais intelectual, humano, social e de relacionamento e o natural); demonstrando, assim, informações que podem ser de interesse de diversos tipos de usuários da organização.

Dessa forma, o crescimento da divulgação em um tipo de capital pode influenciar o aumento em outro tipo, pois eles podem se relacionar. Os capitais servem como referências para que as empresas observem os principais insumos dos quais fazem parte ou que impactam de alguma forma. Entretanto, destaca-se que nem todos os capitais serão igualmente relevantes para todas as organizações.

Embora a maioria das organizações interaja até certo ponto com todos os capitais, essas interações podem ser relativamente insignificantes ou tão indiretas que não sejam suficientemente importantes para serem incluídas no relatório integrado (IIRC, 2013). Essa inserção de determinada informação no relatório empresarial dependerá das políticas e diretrizes da organização.

O RI abrange várias vertentes. Dessa forma, o início do desenvolvimento de políticas e práticas de relatórios integrados parece ter sido amplamente informado e orientado por considerações ligadas à comunicação social e ambiental, pois essa comunicação se tornou amplamente mais praticada pelas organizações no que se refere à quantidade de informação social e ambiental relatada por muitas destas em seus relatórios. As organizações começaram a separar divulgações sociais e ambientais, usando diferentes relatórios para divulgar essa informação de forma voluntária (VILLIERS; RINALDI; UNERMAN, 2014).

O posicionamento da empresa como pioneira em relatórios integrados tende a aumentar a imagem corporativa, facilitando, dessa forma, o processo de implementação por todos os interessados da organização. Alguns departamentos e funcionários podem resistir à mudança devido a receios de transparência adicional, responsabilidades acrescidas, e tensão de recursos.

Frequentemente, os departamentos de finanças e relações com investidores assumem papéis como agentes de mudança, pois os relatórios integrados exigem ligações entre indicadores de desempenho financeiros e não financeiros (KOHLENER; HOFFMANN, 2018).

O uso da estrutura do RI, isto é, a geração de um relatório integrado pode ser benéfica por vários motivos, trazendo algumas das vantagens que variam da perspectiva da organização às visões gerais da sociedade. Os usuários do relatório integrado simplesmente escolhem ler partes específicas do relatório que incluem as informações e o conteúdo em que estão interessados. Assim, entre outros aspectos positivos desse relatório, estão: maior transparência; perspectiva prospectiva; combinação de informações financeiras e não financeiras; melhor diálogo com os investidores; aprimoramento da análise de investimentos dos investidores; apoio ao pensamento integrado e à tomada de decisões – o que pode levar à redução de custos e melhor gerenciamento de riscos, resultando em um relatório conciso (HERTGERS, 2016).

Dessa forma, o RI pode tornar-se um modelo de direcionamento para as organizações que buscam inserir, em seus relatórios, além das informações financeiras (consideradas obrigatórias), as informações não financeiras (consideradas voluntárias), de modo a se legitimar perante a sociedade e seus usuários, de acordo com as informações que serão divulgadas.

Assim, o relato integrado e a divulgação voluntária estão interligados com as informações que são divulgadas além das obrigatórias, o que pode advir das informações referentes aos capitais não financeiros do RI, estes analisados nesta pesquisa.

Na sequência, são explanados alguns conceitos referentes à divulgação voluntária e à teoria da divulgação para um melhor entendimento das informações que não são consideradas obrigatórias e estão inseridas em relatórios organizacionais.

2.2 TEORIA DA DIVULGAÇÃO E *DISCLOSURE* VOLUNTÁRIO

A Teoria da Divulgação (TD) reporta à razão que leva as empresas a realizarem divulgações voluntárias. E, com a crescente implementação das divulgações associadas aos aspectos socioambientais pelas empresas, percebeu-se a necessidade de integração das informações de acordo com os *disclosures* (MURCIA, 2009).

O *disclosure*, no que se refere a informações sociais e ambientais, teve início lentamente em alguns países, por volta de 1900. Entretanto, foi apenas a partir da década de 1990 que se tornou mais popular, no que tange à apresentação de informações não financeiras nos relatórios. Assim, no final dos anos de 1990, algumas organizações começaram a publicar as informações

socioambientais de forma separada das demonstrações tradicionais (RICARDO; BARCELLOS; BORTOLON, 2017).

O *disclosure* trata da divulgação ou evidenciação de informações que podem ser classificadas como voluntárias ou obrigatórias (coercitivas). O processo de *disclosure* pode ser utilizado de maneira estratégica pelas organizações, de modo que as informações divulgadas possam conter mensagens capazes de influenciar a percepção dos *stakeholders* e proporcionar uma redução na assimetria de informações e maior confiabilidade nas evidenciações corporativas.

A informação voluntária é aquela que é divulgada pela empresa de maneira espontânea, diferente da informação obrigatória, que está prevista em ditames legais e é evidenciada de modo coercitivo em termos de conteúdo e formato previamente definidos. Dessa forma, a informação voluntária depende apenas da decisão do gestor em divulgá-la, já que não há exigência legal para isso (BEUREN; ANGONESE, 2015).

Nesse sentido, não somente os órgãos reguladores têm exigido padrões mais altos de divulgação de informações, também as companhias têm se envolvido em atitudes voluntárias de divulgação. A postura adotada pelas empresas no sentido de divulgar informações está associada ao objetivo de apresentar-se como diferentes das demais na busca pelos recursos dos investidores, como forma de serem avaliadas de modo mais adequado, e também com o intuito de manter um bom relacionamento com o mercado a fim de garantir futuras emissões de títulos (AVELINO, 2013).

No entanto, a era atual de negócios faz o cumprimento dessa divulgação ser obrigatório, mesmo que esta possa não ser adequada para atender à informação corporativa necessitada pelos utilizadores. Isso levanta uma necessidade urgente de informação extra; esse acréscimo de informação é conhecido como divulgação voluntária. Uma das principais razões para esses colapsos é a ocultação e não divulgação de informações relevantes, embora as empresas não fossem contactadas para cumprir completamente com os níveis mínimos de divulgação obrigatória. Consequentemente, a necessidade de divulgação voluntária aumentou (HABBASH; HUSSAINEY; AWAD, 2016).

A TD auxilia na compreensão dos fatores que influenciam a divulgação voluntária. Nesse contexto, a divulgação de informações voluntárias tem-se intensificado no que se refere ao *disclosure* de informações sociais e ambientais, sendo evidenciadas como um tema de grande importância, principalmente pelas iniciativas de organismos nacionais e internacionais que têm debatido recorrentemente sobre questões relacionadas à sustentabilidade (COSTA et al., 2018).

A teoria da divulgação voluntária prevê que uma empresa com bom desempenho de sustentabilidade seja incentivada a divulgar informações sobre o seu desempenho para aumentar o seu valor de mercado (HUMMEL; SCHLICK, 2016), de modo a agregar valor aos resultados da instituição, ajudar a esclarecer os procedimentos que foram utilizados e realizados, para que o usuário compreenda a situação da organização (BARBOSA et al.; 2015).

O *disclosure* voluntário compreende qualquer tipo de informação constante nos relatórios corporativos anuais, além daquelas exigidas legalmente, as quais são disponibilizadas pelas empresas por vontade própria, para melhor informar seus *stakeholders* sobre informações que possam ser do interesse deles. É interessante notar que os benefícios da divulgação corporativa resultam tipicamente em uma divulgação voluntária de informações, mas não de todas as informações às quais os gestores da companhia têm acesso (KLANN; BEUREN, 2011).

Sendo assim, a demanda por divulgações de informação além das obrigatórias foi desencadeada pela crescente popularidade da abordagem das partes interessadas, o que resultou numa percepção de que as interações de uma empresa não estão limitadas apenas aos acionistas, mas que existem outros grupos de interesse que também têm o direito de receber informações sobre como as atividades da empresa podem afetá-los (JEROE, 2016).

Diante o exposto, a divulgação voluntária pode ser considerada uma forma de a organização se diferenciar e se destacar frente a seus diversos usuários; o que leva os investidores, o mercado financeiro e outros intervenientes a exigirem que as empresas forneçam voluntariamente informações mais completas sobre as suas estratégias e desempenho em longo prazo.

Segundo Verrecchia (2001), não existe uma teoria da divulgação abrangente ou integrada, pois, nessa temática, não existe um paradigma central. Dessa forma, essa autora categoriza e explica 3 (três) modelos que se relacionam à divulgação de informações, quais sejam: (a) Divulgação Baseada em Associação (*Association-Based Disclosure*); (b) Divulgação Baseada em Discricionabilidade (*Discretionary-Based Disclosure*); e (c) Divulgação Baseada em Eficiência (*Efficiency-Based Disclosure*).

a) Divulgação Baseada em Associação (*Association-Based Disclosure*): refere-se ao trabalho cuja principal preocupação é a forma como a divulgação exógena está associada ou relacionada à alteração nas atividades dos investidores que competem em configurações do mercado de capitais como agentes individuais, de maximização do bem-estar, ou até a interrupção destas. Tenta-se examinar esse problema ao caracterizar os efeitos de divulgação sobre as ações cumulativas de agentes individuais, investidores no momento de um evento de

divulgação. Duas caracterizações do comportamento agregado ou cumulativo, que são de particular interesse em estudos baseados em associação, dizem respeito às relações entre a divulgação e as mudanças de preços e divulgação e volume de negociação (VERRECCHIA, 2001).

Sendo assim, essa primeira categoria inclui pesquisas com o objetivo principal de investigar a relação ou associação entre a divulgação (como sendo um processo exógeno) e as mudanças no comportamento dos investidores, os quais competem no mercado de capitais na forma de agentes individuais que maximizam a sua riqueza. A principal característica desse tipo de pesquisa é o estudo dos efeitos da divulgação nas mudanças das ações dos investidores (SALOTTI; YAMAMOTO, 2005).

b) Divulgação Baseada em Discricionariedade (*Discretionary-Based Disclosure*): refere-se ao trabalho que examina como os gestores e/ou firmas descrevem a divulgação de informações sobre o que eles podem ter conhecimento. A principal característica desse tipo de estudo consiste em tratar o processo de divulgação como um evento endógeno, assumindo que a administração pode optar entre divulgar ou não determinada informação (VERRECCHIA, 2001).

Essa segunda categoria compreende pesquisas que identificam quais os motivos da divulgação, ou seja, procuram examinar como os gestores e/ou as empresas decidem divulgar determinadas informações. Desse modo, a divulgação é um processo endógeno, considerando os incentivos que os gestores e/ou as empresas têm para divulgar as informações (SALOTTI; YAMAMOTO, 2005).

c) Divulgação Baseada em Eficiência (*Efficiency-Based Disclosure*): refere-se ao trabalho que discute arranjos de divulgação que são preferidos na ausência de conhecimento prévio da informação (VERRECCHIA, 2001).

Essa terceira categoria abrange pesquisas sobre quais configurações de divulgação são as preferidas, na ausência de conhecimento passado sobre a informação. Os trabalhos classificados nessa categoria discutem quais os tipos de divulgação são mais eficientes, ou seja, aqueles que são incondicionalmente preferidos (SALOTTI; YAMAMOTO, 2005).

Dye (2001) também adverte que não há uma teoria da divulgação voluntária, defendendo que qualquer entidade que preveja a possibilidade de realizar divulgação voluntária tenderá a divulgar informação que seja favorável à empresa, deixando de divulgar informações não favoráveis. É por isso que a decisão da organização em divulgar ou não informações de forma voluntária dependerá dos incentivos por parte desta.

A partir dessa caracterização apresentada – segundo Verrecchia (2001) –, salienta-se que este estudo se enquadra na categoria (2): Divulgação Baseada em Discricionariedade. Assim, analisar-se-á a divulgação voluntária sob a perspectiva interna, observando-se os motivos e incentivos para que a publicação de determinadas informações seja ou não efetivada (divulgada) a partir de seus gestores/administradores.

Portanto, podem ocorrer diferenças entre os níveis de *disclosure* evidenciados pelas diferentes organizações, visto que algumas se limitam ao básico ou mínimo legal da divulgação, ao passo que outras divulgam informações as mais detalhadas possível e estão sempre dispostas a fornecer dados complementares aos obrigatórios (DANTAS et al.; 2005).

De acordo com o exposto, este trabalho busca analisar a divulgação voluntária em relatórios organizacionais de informações que se referem aos indicadores-chave de desempenho (KPIs) dos capitais não financeiros do Relato Integrado de empresas pertencentes a diferentes setores econômicos, de modo a identificar os indicadores que mais, ou menos, se destacam em relação às informações disponíveis a seus *stakeholders*.

Assim, de acordo com a divulgação voluntária, a organização pode buscar se legitimar na sociedade em que está inserida, incluindo, em seus relatórios organizacionais, informações que podem ser de grande importância para determinados *stakeholders*, ganhando, dessa forma, a legitimidade organizacional. Os conceitos sobre a legitimidade e a sua teoria serão tratados no tópico a seguir.

2.3 TEORIA DA LEGITIMIDADE

A legitimidade é a percepção generalizada de que as ações de uma entidade são desejáveis e adequadas a um sistema socialmente constituído de normas, valores, crenças e definições. Assim, a legitimidade é adquirida objetivamente, mas criada subjetivamente. Ela afeta não apenas o modo como as pessoas agem em relação às organizações, mas também como estas as entendem. O público percebe a organização legítima não apenas como mais digna, mas também como mais significativa, mais previsível e mais confiável (SUCHMAN, 1995).

Sendo assim, a TL é o quadro mais amplamente utilizado para explicar as divulgações no que diz respeito ao comportamento ambiental e social das organizações (GRAY; KOUHY; LAVERS, 1995). Para O'Donovan (2002), essa teoria tem suas raízes na premissa de um contrato social envolvendo a empresa e a sociedade. Esse comportamento tem como pressuposto que, para continuar operando prosperamente, as empresas têm que agir dentro do que a sociedade identifica como sendo o comportamento socialmente aceitável.

Nesse sentido, a existência da empresa poderá estar ameaçada se a sociedade observar que ela não respeita o contrato social, operando de forma inaceitável e ilegítima. A sociedade, por sua vez, poderá revogar o contrato, impedindo a empresa de continuar a sua atividade, provocando, como consequência, perda de clientes, redução na demanda do produto, interrupção do trabalho e capital, entre outros aspectos (PISTONI; SONGINI, 2013).

A TL torna-se relevante para melhorar a reputação dos produtos e serviços de uma empresa como desejáveis, adequados, de uma qualidade que é aceitável dentro das normas e valores sociais e benéficos, ao invés de prejudiciais para o meio ambiente e a sociedade (REZAEI et al., 2019). Destaca-se que a empresa opera na sociedade e se compromete a executar várias ações socialmente desejadas em troca da aprovação dos seus objetivos, outras recompensas e sua sobrevivência final (MOUSA; HASSAN, 2015).

De acordo com Brown e Deegan (1998), essa Teoria postula que, de forma contínua, as organizações procuram garantir operação dentro dos limites e normas de suas respectivas sociedades. Esses limites e normas não são fixos, pois se alteram através do tempo, exigindo assim que a organização tenha responsabilidade com o meio em que está inserida. Dessa forma, a visão incorporada na TL – de que as organizações serão penalizadas se não operarem de maneira consistente com as expectativas da comunidade –, é uma visão que está sendo amplamente adotada pela gestão corporativa.

Assim, a TL pode ser considerada como uma estrutura conceitual baseada na existência de relações sociais e de troca entre uma empresa e a comunidade. Pode ser definida como o raciocínio lógico na forma de princípios gerais definidos pelos quais as práticas de divulgação ambiental podem ser explicadas (MOUSA; HASSAN, 2015).

Para se legitimar as divulgações, sabe-se que algumas informações ambientais são obrigatórias, exigidas por leis ou regulamentos, enquanto outras são divulgadas voluntariamente. Não existe um consenso geral acerca do conteúdo que precisa estar presente nos relatórios, independente de essas informações serem voluntárias ou não (DIAS; LIMA; SILVA; PINHEIRO, 2014).

Dessa forma, a TL começa a ser utilizada na área contábil, nas pesquisas que buscam explicações para a adoção de certos mecanismos de evidenciação, fundamentadas na percepção de que existe um contrato entre as organizações e a sociedade. Nesse contexto, a TL pode contribuir para explicar e prever práticas de evidenciação no ambiente corporativo (DIAS, 2008).

Portanto, a TL embasa e ratifica as informações de responsabilidade socioambiental acolhidas pelas empresas, considerando que essa teoria tem, em seu escopo, o papel de

demonstrar como e por que os gestores são beneficiados com a publicação dessas informações (DIAS, et al., 2014); uma vez que estas podem influenciar no desenvolvimento futuro da organização, ou seja, no seu sucesso em longo prazo.

De acordo com Pistoni e Songini (2013), a TL sugere que, quando os gestores percebem que a disponibilidade de um determinado recurso é vital para a sobrevivência da empresa, eles têm que realizar ações e medidas destinadas a garantir a sua disponibilidade: a empresa pode adaptar a sua produção, os objetivos e métodos de gestão em conformidade com a definição predominante de legitimidade. Através da comunicação, uma empresa pode tentar ser identificada com símbolos fortemente legitimados, valores ou instituições.

Baseando-se na percepção de que a empresa opera na sociedade através de um contrato social – através do qual se compromete a executar várias ações socialmente desejadas em troca da aprovação de seus objetivos, de outras recompensas e de sua sobrevivência final –, esta deve divulgar informação social suficiente para a sociedade avaliar se ela é um bom cidadão corporativo em legitimar suas ações por meio de divulgação. É o que a empresa espera, para, finalmente, justificar a sua existência continuada (PATTEN, 2019).

Embora tenha consequências concretas, a própria legitimidade é um conceito abstrato, dada a realidade observada por vários atores no ambiente social. A legitimidade, pois, é um recurso que a empresa requer, a fim de operar certas ações e eventos, que podem aumentar essa legitimidade ou diminuí-la. Assim, pode-se descrever uma empresa como sendo legítima, e conceber a legitimidade, mas é um exercício muito subjetivo para tentar medir diretamente a legitimidade (TILLING, 2004).

A TL é construída a partir de uma visão sociopolítica e sugere que as empresas estão enfrentando uma pressão social e política para preservar a sua legitimidade, cumprindo o seu contrato social. Portanto as empresas se envolvem em atividades de divulgação voluntária para obter legitimidade e, assim, cumprir o contrato social, ganhando o apoio da sociedade. A TL sugere que o desempenho de sustentabilidade social e ambiental é desejável para todas as partes interessadas (REZAEE et al., 2019).

A legitimidade é vista como um recurso que é necessário para a sobrevivência da organização; é atribuída a uma organização da sociedade e é procurada pela organização através de estratégias relativas à divulgação. Uma organização pode afetar ou manipular a quantidade de legitimidade que obtém da sociedade, através da divulgação voluntária. Tais estratégias podem ser implementadas com o objetivo de ganhar, manter ou recuperar a legitimidade. Estas incluem, por exemplo, como alvo de divulgações ou colaboração, um parceiro que é percebido pela sociedade como legítimo (POIGNAT; STENSIO, 2014).

Dessa forma, torna-se interessante analisar a divulgação das informações referentes aos capitais não financeiros, de modo a identificar a legitimidade em um determinado período, e, assim, analisar o seu poder em ganhar, manter ou recuperar a sua legitimidade na sociedade em que está inserida no decorrer das informações que estão sendo divulgadas em seus relatórios.

Para tanto, existe a tipologia de Suchman (1995), que será demonstrada a seguir, a qual descreve alguns passos que se referem aos desafios de ganhar, manter ou recuperar a legitimidade nas organizações, frente à visão comportamental de cada uma delas. Esses passos consideram os seguintes tipos de legitimidade: geral, pragmática, moral e cognitiva, que podem ser identificados através das divulgações dos relatórios.

2.3.1 Legitimidade segundo Suchman (1995)

O conceito da palavra legitimidade pode assumir algumas qualificações, como: generalizada, percepção e construção da sociedade. Generalizada corresponde a uma avaliação abrangente, que pode transcender atos adversos ou ocorrências específicas; percepção refere-se ao sentido – representa uma reação de observadores à organização por estes percebida; e construção da sociedade reflete uma congruência entre os comportamentos da entidade legitimada e as crenças compartilhadas (ou pressupostas como compartilhadas) de algum grupo social. Sendo assim, a legitimidade depende de uma audiência coletiva, mas é independente de observadores individuais (SUCHMAN, 1995).

Suchman (1995) propõe quatro tipos de legitimidade organizacional: legitimidade geral, legitimidade pragmática, legitimidade moral e legitimidade cognitiva. Cada tipo ocorre a partir de uma dinâmica comportamental diferente. O mesmo autor também propõe três desafios gerais da legitimação, que são: ganhar legitimidade, manter a legitimidade e recuperar a legitimidade; e apresenta uma série de estratégias para responder a cada um desses desafios no nível geral, pragmático, moral e cognitivo.

A Legitimidade Geral refere-se às estratégias utilizadas pela organização em relação ao ambiente em que atua. A empresa deve dotar-se de mecanismos de controle que permitam monitorar e perceber as mudanças que ocorrem ao seu redor (SUCHMAN, 1995). Para quaisquer fatos que impliquem em perdas no seu desempenho, devem ser aplicadas medidas pré-estabelecidas e em sintonia com a missão da organização (BEUREN; GUBIANI; SOARES, 2013).

A Legitimidade Pragmática baseia-se no imediatismo da empresa em resposta às percepções de seu público alvo. Muitas vezes esse imediatismo envolve intercâmbio direto

entre a organização e o seu público, também podendo envolver interdependências políticas, econômicas e sociais mais amplas; no entanto, é a ação organizacional, apesar de tudo, que afeta visivelmente o bem-estar do público (SUCHMAN, 1995). A legitimidade pragmática é uma espécie de troca de apoio à organização, mensurada pelo valor esperado de um determinado conjunto de ações colocado em prática (DOWLING; PFEFFER, 1975).

A Legitimidade Moral reflete uma avaliação normativa positiva da organização e de suas atividades. É uma avaliação do comportamento ético da organização, que não se sustenta em decisões sobre uma determinada atividade que traz benefício ao público-alvo, mas em atividades que possuem a característica de se fazer a coisa certa, promovendo o bem-estar da sociedade, tal como definido pelo sistema de valores socialmente construídos (SUCHMAN, 1995). Essa legitimidade reflete uma avaliação positiva ou normativa da organização e das suas atividades (ALDRICH; FIOL, 1994). A ordem institucional moderna personifica as organizações e as trata como entidades autônomas, coerentes e moralmente responsáveis (ZUCKER, 1978).

A Legitimidade Cognitiva pode envolver o apoio afirmativo para uma organização ou sua mera aceitação como necessária e inevitável, com base em conceitos culturais tidos como certos. Assim, considera-se que a legitimidade cognitiva é obtida mediante a compreensão social e não por interesse ou avaliação. Para dar legitimidade à organização, deve-se considerar, com grande convicção e realidade, que ela é julgada diariamente (SUCHMAN, 1995). Ela é percebida quanto aos fatores: exterioridade e objetividade, isto é, existem formas possíveis de mudar a concepção de um determinado fato a partir do controle dos próprios atores que inicialmente o criaram (ZUCKER, 1978).

Embora a maioria das organizações busque vários tipos de legitimidade simultaneamente, diferentes estratégias de legitimação operam em diferentes lógicas, distinguindo-se entre técnicas gerais, pragmáticas, morais e cognitivas. Suchman (1995) reconhece que poucas organizações perseguem as três formas de legitimidade com igual zelo. Dessa forma, as empresas procuram entre essas estratégias, destacar os três desafios gerais da legitimação, que são os seguintes: ganhar, manter ou recuperar a sua legitimidade divulgando informações de interesse da sociedade em relatórios.

O desafio de ganhar legitimidade pode ser entendido em uma situação em que, ao inserir-se uma nova atividade no mercado, em que praticamente não há precedentes, a organização enfrentará a difícil tarefa da aceitação em seu contexto social. Já para manter a legitimidade, deve-se atentar para três aspectos problemáticos organizacionais: os públicos são frequentemente heterogêneos; a estabilidade muitas vezes implica rigidez; e a

institucionalização gera a sua própria oposição. A tarefa de recuperar a legitimidade se assemelha à tarefa de ganhá-la, no entanto, a reparação da legitimidade geralmente representa uma resposta reativa a uma crise imprevista (SUCHMAN, 1995).

De acordo com o desenvolvimento das atividades, as organizações buscam reparar e aumentar o seu estado de legitimidade diante da sociedade, quando a manutenção desse *status* estiver ameaçada. Para tanto, utiliza-se das estratégias de legitimidade que acabam influenciando em suas estruturas e atividades operacionais, observando o ambiente externo e visando atender as suas expectativas de que sua atuação deseja ser aceita, ou seja, seja legitimada de modo a assegurar a sua continuidade institucional (BEUREN; GUBIANI; SOARES, 2013).

Pode-se definir também que a teoria da legitimidade ou a legitimidade organizacional – que tem sido definida como “uma condição ou estado” – existe quando o sistema de valores de uma entidade é congruente com o sistema de valores do grande sistema social de que a entidade é uma parte ou faz parte (MOUSA; HASSAN, 2015).

O *status* de legitimidade organizacional pode ser de difícil estabelecimento, uma vez que a legitimidade de uma corporação é baseada em percepções e valores sociais que podem mudar ao longo do tempo. Por isso, para gerenciar a legitimidade organizacional, as empresas precisam saber como podem adquirir, manter ou perder a legitimidade. Sendo assim, a TL é relevante para explicar os fatores que levam as organizações a divulgarem voluntariamente informações socioambientais. As perspectivas fornecidas por essa teoria indicam que as organizações fazem parte de um sistema social e existem, desde que a sociedade considere que elas são legítimas e necessárias (MOREIRA et al., 2014).

Segundo Pistoni e Songini (2013), a TL também pode caracterizar-se por investigar práticas voluntárias de relatórios corporativos para compreender como as organizações aceitam e respondem às mudanças das pressões e expectativas sociais e institucionais. Nesse contexto, as empresas – que sinalizam sua legitimidade para a sociedade, divulgando, de alguma forma, ações relacionadas ao meio ambiente e indicadores que se referem aos aspectos não financeiros –, buscam crescer e ser reconhecidas no mercado de outra maneira além do financeiro, podendo, dessa forma, gerar um valor e crescimento organizacional com um grande vínculo no meio social em que estão inseridas.

O tópico a seguir relata alguns estudos que se referem à análise de informações não financeiras nos relatórios, de modo a seguir a estrutura do RI, o que também é proposto por esta pesquisa.

2.4 ESTUDOS CORRELATOS

Observa-se que a temática associada ao RI é algo relativamente novo no contexto empresarial, e é desenvolvido por parte das organizações de forma voluntária. Considerando a evolução envolvendo relatórios integrados, observou-se que há uma carência de trabalhos de investigação nessa área, portanto, identificou-se a necessidade de pesquisar mais sobre o RI, o que pode agregar informações sobre os conceitos já existentes. A seguir, destacam-se estudos realizados e que serviram como incentivo para o desenvolvimento desta pesquisa.

Poignant e Stensiö (2014) investigaram o efeito que a adoção do quadro <IR> tem sobre a qualidade dos relatórios ambientais. Um índice de divulgação foi elaborado de modo que os indicadores de desempenho ambiental foram avaliados considerando-se sete critérios de qualidade. A amostra resultou em 84 (oitenta e quatro) empresas participantes do Programa Piloto. Os resultados não fornecem nenhuma evidência de qualquer impacto do quadro <IR> sobre a qualidade dos relatórios ambientais.

Castro (2015) verificou quais os níveis de aderência das empresas brasileiras aos indicadores-chave de desempenho dos capitais não financeiros expostos na parte complementar do *draft* da Estrutura Conceitual do Relato Integrado. Tais capitais se restringem ao Capital Natural, Capital Humano, Capital Social e de Relacionamento e Capital Intelectual, sendo excluídos os capitais Financeiro e Manufaturado. Dessa forma, das 128 (cento e vinte oito) empresas pertencentes ao segmento do novo mercado, que agrega companhias com alto nível de transparência e divulgações adicionais, somente 63 (sessenta e três) divulgaram informações sobre capitais não financeiros em 2012. Assim, verificou-se que o capital mais aderente foi o “Capital Natural”, totalizando 52,4% de aderência. O Capital Intelectual foi o menos aderente: apresentou a menor participação nos níveis elevados de aderência.

Zaro (2015) analisou de que forma as empresas brasileiras atenderam aos elementos de conteúdo da estrutura conceitual do relato integrado em suas publicações referentes ao ano de 2013. Para isso, foi realizada análise de conteúdo envolvendo 9 (nove) relatos integrados de empresas brasileiras participantes do programa piloto do IIRC. De acordo com os resultados obtidos, as perspectivas apresentadas pelas empresas abrangem diferentes aspectos. A maior parte das divulgações refere-se às expectativas quanto ao ambiente externo. As empresas se restringiram às exigências do *Global Reporting Initiative* (GRI), assim, precisam melhorar suas informações em relação à orientação para uma gestão de longo prazo, pois os itens – estratégias, perspectivas, riscos e oportunidades – são apresentados de forma ampla e generalizada, não demonstrando uma análise aprofundada.

Maciel (2015) apresentou a evolução recente dos conceitos de RI, culminando na divulgação da Estrutura Internacional do Relato Integrado (*Framework*) do IIRC e sua aplicação aos relatórios das empresas brasileiras participantes do programa piloto. Os resultados indicam que o RI pode gerar uma maior transparência para os relatórios corporativos e para os mercados de capitais. De uma maneira geral, os relatos integrados divulgados atendem aos temas exigidos no *Framework*.

Kussaba (2015) verificou de que forma os relatos integrados de duas empresas participantes do projeto piloto do IIRC divulgaram os elementos de conteúdo da Estrutura Conceitual para o RI. Para isso, foram realizadas análises de conteúdos e entrevistas. Como resultados foram percebidas evoluções na apresentação de quantos, e de como, foram divulgados os elementos de conteúdo do RI nas duas empresas.

Jeroe (2016) concentrou-se em saber se a publicação de um Relatório Integrado tem algum efeito sobre o Desempenho Financeiro e se existe alguma influência do Desempenho Ambiental e Social: a chamada informação não financeira sobre o desempenho financeiro. Os resultados mostraram que a publicação do Relatório Integrado Anual e o desempenho ambiental e social também estão relacionados negativamente com o desempenho financeiro no modelo baseado em contabilidade. Os mesmos resultados foram encontrados ao utilizar-se o modelo baseado no mercado.

Coelho (2016) buscou caracterizar as empresas que adotaram o relato integrado, analisando o impacto que este tem sobre a sociedade (sobre os investidores). Identificou as empresas consideradas integrantes do RI e as não integrantes. Como resultado, observou-se o benefício à organização e às partes interessadas, pelo aumento no valor de mercado e pela maneira relevante com que a informação é divulgada.

Pereira (2016) buscou a caracterização do conceito de RI nas práticas empresariais de RI e na utilização de um quadro de referência – GRI. Como resultado, destacou que existem empresas que elaboraram um relato integrado, procedendo à utilização do quadro de referência do GRI. Todavia, não existe uma forma comum de inserir esses critérios nos relatórios anuais das empresas, assistindo-se a diferentes formas, embora com referência às Diretrizes do G4 para paginação anterior (ou posterior) dos seus relatórios anuais.

Nylund (2017) estudou a forma como as empresas se comunicam sobre sustentabilidade antes e após a adoção da comunicação integrada. Os dados foram recolhidos a partir de CEOs e mensagens dos presidentes em sete relatórios das empresas europeias corporativas (anual, sustentabilidade e relatórios integrados). Quatro principais conclusões foram tiradas a partir do estudo: em primeiro lugar, em termos de comunicações de sustentabilidade, os relatórios

integrados das empresas se assemelhavam a uma grande quantidade dos relatórios anuais anteriores, e não a relatórios de sustentabilidade; em segundo lugar, as empresas usaram a tática de ajustar melhor as suas comunicações de sustentabilidade após relatórios integrados; em terceiro lugar, as empresas forneceram mais informações quantitativas (financeiras) do que temas não financeiros; e, por último, todas as empresas não apresentaram pensamento integrado em suas comunicações após relatórios integrados. Esses resultados indicam que relatórios integrados não mudam drasticamente comunicações de sustentabilidade de uma empresa, e todas as empresas não passam pelas mesmas mudanças.

Tunico (2017) analisou a existência do isomorfismo entre a divulgação de informações não financeiras pelas empresas que adotaram o Relato Integrado e pelas demais empresas, à luz da Teoria Institucional. A pesquisa foi realizada com base na análise de conteúdo dos relatórios não financeiros (Relatórios Anuais, Relatórios de Sustentabilidade, Relatórios Integrados) das empresas participantes do segmento de Novo Mercado da BM&FBOVESPA, os quais estavam disponíveis nos *sítios* eletrônicos das empresas para o período de 2013 a 2015. Os resultados mostraram que, em relação à divulgação de informações não financeiras, mensuradas pelos indicadores-chave de desempenho, havia um comportamento crescente da média do índice de divulgação das empresas no período de análise.

Dessa forma, observaram-se algumas pesquisas no que se refere à temática do RI. Como diferencial, a presente pesquisa analisa a divulgação dos capitais não financeiros do RI, considerando um período de tempo maior, a partir do ano posterior à divulgação do *framework* do RI (2014 a 2018); considerando relatórios (de sustentabilidade, de responsabilidade social corporativa, anual ou o próprio relatório integrado) de empresas que pertencem a diferentes setores econômicos; e utilizando dados disponibilizados pelo próprio RI.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste capítulo, são descritos os procedimentos metodológicos adotados para esta pesquisa. Primeiramente, apresenta-se a tipologia da pesquisa; a seguir, delimita-se a população e amostra; e apresenta-se o procedimento de coleta e tratamento dos dados, informando mais detalhadamente sobre os níveis de aderência e a análise da divulgação. Como último ponto da metodologia, tem-se a análise inferencial.

3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

Esta pesquisa, quanto aos objetivos, classifica-se como exploratória e descritiva. Segundo Raupp e Beuren (2006), em um estudo exploratório, busca-se conhecer com maior profundidade o assunto de modo a torná-lo mais claro. Também é descritiva, pois possui fatos a serem observados, classificados e descritos. Segundo Gil (2002), uma das características mais significativas da pesquisa descritiva está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. As pesquisas descritivas juntamente com as exploratórias estão preocupadas com a atuação prática.

Por ter observado pouca quantidade de pesquisas associadas ao RI, para este trabalho, buscou-se explorar as divulgações das informações dos capitais não financeiros ao longo de um determinado período de tempo (2014 – 2018), de modo a calcular, analisar e identificar a divulgação das informações desses capitais nos setores econômicos estabelecidos.

Quanto aos procedimentos, é considerada uma pesquisa bibliográfica e documental. São consideradas pesquisas bibliográficas aquelas que se realizam a partir de registros disponíveis e decorrentes de pesquisas anteriores (SEVERINO, 2007). É documental, pois foi a partir de consulta aos documentos e registros que foi encontrado o que se desejou pesquisar (MARTINS, 2006).

Portanto, realizou-se uma pesquisa bibliográfica envolvendo artigos, dissertações, teses, *sítios* eletrônicos, a fim de identificar, na literatura nacional e internacional, publicações que abordassem a temática desta pesquisa. Para a realização da análise documental, foram utilizados os relatórios que compõem as informações não financeiras das organizações, a saber: relatório de sustentabilidade, relatório de responsabilidade social corporativa, relatório anual ou relatório integrado. Estes foram identificados de acordo com o *link* que se encontra na “*Examples Database*” do próprio *Integrated Reporting <IR>*, o qual nos direciona para o *sítio* da

organização. Esses procedimentos foram realizados durante todo o ano de 2019, com a ajuda da base de dados do RI, softwares estatísticos como o “R” e a Thomson Reuters.

A abordagem apresenta-se como qualitativa e quantitativa, referindo-se a conjuntos de metodologias, envolvendo, eventualmente, diversas referências epistemológicas. São várias as metodologias de pesquisas que podem adotar uma abordagem qualitativa e quantitativa – que faz referência mais a seus fundamentos epistemológicos do que propriamente a especificidades metodológicas (SEVERINO, 2017).

Dessa forma, de maneira qualitativa, foram identificadas as informações não financeiras de acordo com cada capital (natural; humano; social e de relacionamento; e intelectual), a partir de um *checklist* de palavras-chave conforme as informações descritas no *framework* de lançamento (Indicadores-Chaves de Desempenho – KPIs). Após esse levantamento, de forma quantitativa, foram calculadas as divulgações para o período temporal considerado na pesquisa, destacando o interesse em analisar a divulgação das informações dos capitais não financeiros de organizações classificadas em diferentes setores econômicos.

3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA DA PESQUISA

De modo a realizar um filtro para a escolha das empresas, optou-se, nessa pesquisa, analisar as organizações de diferentes setores econômicos pertencentes aos países do grupo econômico G-8, que são tidos como os países mais desenvolvidos economicamente do mundo; e as empresas brasileiras, porque o Brasil foi considerado um país em desenvolvimento industrializado, de modo que o conjunto de suas atividades econômicas influencia a economia mundial. Nesse caso, a população foi caracterizada por 176 (cento e setenta e seis) empresas listadas na “*Examples Database*” do próprio *Integrated Reporting <IR>*.

Inicialmente foi verificado, de acordo com o banco de dados e o *link* nele disponível, se as empresas dos países selecionados para a amostra divulgavam de forma voluntária relatórios destacados para esta pesquisa – relatório de sustentabilidade, relatório de responsabilidade social corporativa, relatório anual ou o próprio relatório integrado.

Dessa forma, as organizações foram analisadas de acordo com seus diferentes setores econômicos, os quais foram classificados segundo a base de dados Thomson Reuters. Para fins desta pesquisa, destacaram-se os seguintes setores econômicos: (1) consumo cíclico; (2) consumo não cíclico; (3) energia; (4) financeiro; (5) industrial; (6) material básico; (7) saúde; (8) tecnologia e serviços de telecomunicações; e (9) utilidade pública.

Quadro 4 – População e Amostra

SETORES ECONÔMICOS	POPULAÇÃO	AMOSTRA	%
(1) Consumo Cíclico	19	17	10,43
(2) Consumo Não Cíclico	13	13	7,98
(3) Energia	12	09	5,52
(4) Financeiro	34	31	19,02
(5) Industrial	38	36	22,09
(6) Material Básico	14	14	8,59
(7) Saúde	13	12	7,36
(8) Tecnologia e Serv. de Telecomunicações	22	22	13,50
(9) Utilidade Pública	11	09	5,52
TOTAL	176	163	100

Fonte: elaborada pela autora (2019).

Dessa forma, das 176 (cento e setenta e seis) organizações analisadas de acordo com a classificação setorial, delimitou-se a amostra em 163 (cento e sessenta e três) empresas. Foram descartadas as empresas que não disponibilizaram em seu *sítio* eletrônico nenhum desses relatórios para análise, visto que, para o cálculo e análise da divulgação, estes seriam necessários.

Assim, no Quadro 4, observa-se o quantitativo de empresas e seus respectivos setores tomados por base para o estudo, destacando-se, 2 (dois) setores com maior quantitativo de empresas: o financeiro e o industrial, representando mais de 40% da amostra final e da classificação setorial das empresas que se encontram no G8 e no Brasil, listadas na “*Examples Database*” do RI.

3.3 PROCEDIMENTO DE COLETA E TRATAMENTO DOS DADOS

Para a coleta de dados, além da base de dados do RI, foram observados os *sítios* eletrônicos das organizações, uma vez que, para a realização desta pesquisa, seriam necessários os relatórios corporativos dos anos posteriores ao *framework*, ou seja, de 2013 – visto que a organização pode adotar os conceitos do RI, mas não existe a obrigação de publicação do próprio relatório integrado, podendo seus conceitos serem inseridos em outros relatórios.

Para fins desta pesquisa, foram considerados os seguintes relatórios: sustentabilidade, responsabilidade social corporativa, anual ou o próprio integrado, elaborados ou não de acordo com as diretrizes do RI, desde que as empresas se encontrassem disponíveis na “*Examples Database*” do próprio *Integrated Reporting* <IR>.

O *framework* do Relato Integrado não impõe indicadores-chave de desempenho *Key Performance Indicators* (KPIs) – métodos de mensuração ou divulgação de temas individuais –, mas inclui um pequeno número de exigências a serem aplicadas antes que um relatório integrado possa ser considerado em conformidade com a sua estrutura. Dessa forma, existe um quadro direcionador com os indicadores que foram utilizados nesta pesquisa, de modo a conduzir a análise qualitativa das informações dos capitais não financeiros. Esse quadro direcionador é composto pelos seguintes indicadores, conforme consta no Quadro 5.

Quadro 5 – KPIs dos capitais não financeiros

Capitais Não Financeiros	Indicadores Chave de Desempenho - KPIs
Capital Natural	<ol style="list-style-type: none"> 1. Emissões de CO2 2. Consumo de energia por fonte de energia 3. Quantidade de resíduos 4. Acidentes ambientais 5. Resíduos reciclados 6. Investimentos em proteção ambiental 7. Animais adquiridos para testes
Capital Humano	<ol style="list-style-type: none"> 1. Número de empregados 2. Diversidade 3. O investimento total em treinamento 4. Empregados em aprendizagem eletrônica corporativa 5. Média de idade 6. Média de dias de formação por empregado 7. Resultados da pesquisa com empregado 8. Lesões por milhão de horas trabalhadas 9. Taxa de absentismo 10. Taxa de demissão 11. Relação de salário mínimo
Capital Social e de Relacionamento	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ranking de “Excelente lugar para trabalhar” 2. Número de voluntários 3. Reivindicações/ações trabalhistas 4. Envolvimento em ações sociais 5. Envolvimento em projetos culturais 6. Índice de satisfação do cliente 7. Provisão para projetos sociais 8. “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)
Capital Intelectual	<ol style="list-style-type: none"> 1. Número de pedidos de patente depositados 2. Dinheiro gasto em P&D 3. Número de testes com nova tecnologia 4. Reconhecimento da marca 5. Número de novos produtos desenvolvidos 6. Despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização 7. Despesas com desenvolvimento de softwares para sistemas internos 8. Vendas geradas por produtos derivados de P&D

Fonte: elaborado a partir de IIRC (2013).

Os indicadores-chave de desempenho identificam as informações referentes aos capitais no relatório organizacional. No caso desta pesquisa, foram utilizados os indicadores referentes às informações dos capitais não financeiros, em busca de identificar a divulgação destes nos relatórios das empresas analisadas. Posteriormente, foram calculados seus níveis de divulgação no decorrer dos anos.

Assim, quando as informações de um relatório integrado são semelhantes a outras publicadas pela organização, supõe-se que elas foram elaboradas na mesma base ou são facilmente reconciliáveis com outras informações. A inclusão de KPIs como parte de uma explicação descritiva foi uma maneira eficaz de conectar informações qualitativas e quantitativas do assunto determinado, a fim de identificar a presença ou não do item a ser analisado.

Diante do exposto, a técnica para atingir os objetivos propostos refere-se à análise de conteúdo. Esta é considerada uma técnica que ocorre a partir da leitura e interpretação de toda a classe de documentos associados à pesquisa (OLABUENAGA; ISPIZUA, 1989). De acordo com Bardin (2010), a análise de conteúdo é uma técnica da análise qualitativa, e é executada a partir de 3 (três) processos ou fases que são necessárias para realizar uma análise de conteúdo: 1) a pré-análise; 2) a exploração do material; e 3) o tratamento dos resultados, inferências e interpretações.

Sendo assim, para a análise de conteúdo foi realizada uma leitura automatizada de todo o material, de modo a identificar as principais características/palavras relacionadas às informações dos capitais não financeiros do RI, composto pelos seguintes capitais: natural; humano; social e de relacionamento; e intelectual. Para isso, foi estruturado um *checklist* a partir do trabalho de Castro (2015) e Tunico (2017), para identificar palavras relacionadas aos indicadores-chave de desempenho de acordo com cada capital não financeiro, num total de 34 (trinta e quatro) indicadores.

Para a leitura automatizada anteriormente mencionada, utilizou-se o auxílio do *software* “R” para realizar a linguagem de processamento natural através da mineração dos dados textuais de todos os relatórios analisados de acordo as palavras chaves/relacionadas/*checklist* indicadas para o estudo. Segue, na Figura 1, a lógica utilizada para esse processamento.

Figura 1: Lógica de construção do algoritmo para a mineração



Fonte: elaborada pela autora (2019).

Dessa forma, após a coleta e o *download* em “PDF” de todos os relatórios que foram utilizados para a pesquisa, o primeiro passo foi transformá-los em arquivos na extensão “TXT”. Posteriormente, foi realizada, através de algoritmos de mineração de dados, a extração de informações relevantes e excluídas as informações que não seriam úteis para a pesquisa, reduzindo, assim, a dimensionalidade dos arquivos.

Após esse processo, ocorreu a fase da mineração dos dados, que se refere à leitura automatizada dos dados através de todas as palavras que compõem o *checklist* (Quadro 6), estimando, dessa forma, a frequência das palavras nos relatórios, para, em seguida, obter os resultados de divulgações gerais dos capitais não financeiros, do índice de divulgação por capital e assim formar a base de dados para a posterior análise, de acordo com os setores econômicos considerados nesta pesquisa.

Quadro 6 - Checklist – Indicadores chave de desempenho

Palavras Relacionadas – Português	Palavras Relacionadas – Inglês
Capital Natural	
1. emissão, emissões, gás, gases, carbono, CO2; 2. energia, fonte; 3. resíduo, resíduos;	1. emission, emissions, gas, gases, carbon, CO2; 2. energy, source; 3. waste;
4. acidente, multa, indenização, indenizações, processo, derramamento, explosão, incêndio, vazamento, mortandade de peixes, lançamento de sólidos, rompimento, desastre, químicos, embalagem abandonada;	4. accident, fine, indemnity, indemnification, suit, spill, explosion, fire, leak, fish mortality, solids release, disruption, disaster, chemicals, abandoned packaging;
5. recicla, reciclado, reciclagem, recicláveis;	5. recycle, recycling, recycled, recyclable;
6. investimento, proteção, proteções, ambiental, ambientais, ambiente;	6. investment, protection, protections, environmental, environmental, environment;
7. animais, animal, teste.	7. animals, animal, test.

Capital Humano	
<p>1. funcionário, empregado, colaborador;</p> <p>2. diversidade, sexo, gênero, faixa, etária, grau de instrução, etnia, religião, origem, raça;</p> <p>3. treinamento, capacitação, qualificação;</p> <p>4. aprendizagem, eletrônica, corporativa, virtual, EAD, on-line, online, e-learning, learning;</p> <p>5. idade, etária;</p> <p>6. qualificação;</p> <p>7. pesquisa, clima, organizacional;</p> <p>8. acidente, lesão, lesões;</p> <p>9. absenteísmo, frequência, gravidade, ausência, dias perdidos;</p> <p>10. demissão, desligamento, demitido, deixaram, turnover, turn-over, rotatividade;</p> <p>11. salário, remuneração.</p>	<p>1. official, employee, collaborator;</p> <p>2. diversity, sex, gender, range, age, educational level, ethnicity, religion, origin, race;</p> <p>3. training, capacity building;</p> <p>4. learning, electronic, corporate, virtual, online, online, e-learning;</p> <p>5. age, age group;</p> <p>6. qualification;</p> <p>7. research, climate, organizational;</p> <p>8. accident, injury, injuries;</p> <p>9. absenteeism, frequency, severity, absence, days lost;</p> <p>10. dismissal, shutdown, fired, let, turnover, turn-over rotation;</p> <p>11. salary, remuneration.</p>
Capital Social e de Relacionamento	
<p>1. ranking, excelente, melhor, lugar, excelência;</p> <p>2. voluntário, voluntários;</p> <p>3. reclamações, trabalhista, reclamação, processo;</p> <p>4. ações, sociais, ação, social, projeto;</p> <p>5. projeto, cultura, culturais, cultural;</p> <p>6. satisfação, pesquisa, índice;</p> <p>7. projeto, social, sociais;</p> <p>8. investimento, social, filantropia, gasto.</p>	<p>1. ranking, excellent, best, place, excellence;</p> <p>2. volunteer, volunteers;</p> <p>3. claims, labor, claim, process;</p> <p>4. actions, socials, action, social, project;</p> <p>5. project, culture, cultural, cultural;</p> <p>6. satisfaction, research, content;</p> <p>7. project, social, social;</p> <p>8. investment, social, philanthropy, spending.</p>
Capital Intelectual	
<p>1. patente, patentes;</p> <p>2. P&D, pesquisa, desenvolvimento, gasto;</p> <p>3. teste, tecnologia, nova;</p> <p>4. marca, reconhecimento;</p> <p>5. produto, novo, desenvolvido;</p> <p>6. mudança, processo, despesa;</p> <p>7. software, sistema, interno, despesa;</p> <p>8. venda, produto, próprio, original, originais, pesquisa, desenvolvimento.</p>	<p>1. paten, patentes;</p> <p>2. R&D, research, development, spending;</p> <p>3. testing, new technology;</p> <p>4. brand, recognition;</p> <p>5. product, new, developed;</p> <p>6. change, process, expense;</p> <p>7. software, system, internal, expense;</p> <p>8. sale, product, own, original, originals, research, development.</p>

Fonte: adaptada Castro (2015) e Tunico (2017).

No Quadro 6, destacam-se as palavras relacionadas ao *checklist* dos indicadores-chave de desempenho, que servem como direcionadoras para analisar, no relatório organizacional, a divulgação das informações de cada capital não financeiro. No caso da presente pesquisa, as palavras foram utilizadas de modo a identificar e analisar a divulgação dos capitais não financeiros, considerando o período de 2014 a 2018.

Após a realização do *checklist* dos 34 (trinta e quatro) indicadores-chave de desempenho dos capitais não financeiros do RI nos relatórios empresariais, foi calculado o Índice de

Divulgação (ID), considerando também o método adotado por Castro (2015). Para esse cálculo, foram atribuídos valores dicotômicos que assumem o valor 0 (zero), se o indicador não é divulgado; e o valor 1 (um), se o indicador é divulgado. Assim, o valor do ID para cada grupo setorial é obtido através da seguinte fórmula apresentada na Equação 1:

Equação 1 – Índice de Divulgação

$$IDi_t = \sum_{j=1}^e e_j / e$$

Fonte: Castro (2015).

De modo que:

- IDi_t - Índice de Divulgação da empresa i , no período t ;
- e_j - Variável dicotômica que assume o valor 0 (zero) se o indicador j não é divulgado; e o valor 1 (um), se o indicador j é divulgado;
- e - Número máximo de indicadores analisados: 34 (trinta e quatro).

Cada capital não financeiro foi analisado de acordo com a divulgação referente a cada ano nos determinados setores econômicos, no decorrer dos anos, a fim de identificar o interesse das organizações em divulgar esse tipo de informação para os seus usuários interessados. De acordo com Lemos, Rodrigues e Ariza (2009), o ID é um índice não ponderado, ou seja, assume-se que todos os itens considerados têm o mesmo nível de importância para os diversos utilizadores dos relatórios.

3.3.1 Níveis de Aderência

Para melhor identificar a aderência e divulgação das empresas aos capitais não financeiros do RI, foi utilizado também o nível de aderência proposto por Castro (2015). Este foi obtido através da elaboração do Índice de Divulgação ou o Índice Médio de Divulgação – utilizado caso na pesquisa exista um período temporal para análise –, o qual foi calculado após a realização do *checklist* dos 34 (trinta e quatro) indicadores-chave dos capitais não financeiros.

Dessa forma, em cada seção referente aos capitais não financeiros – o natural; o humano; o social e de relacionamento; e o intelectual –, foram dispostos os níveis de aderência de acordo com os resultados dos IDs.

Quadro 7 – Níveis de Aderência dos KPIs

Níveis de Aderência	Índices	Classificação
1	0,75 - 1,0	Aderência Alta
2	0,50 - 0,75	Moderada Alta
3	0,25 - 0,50	Moderada Baixa
4	0,00 - 0,25	Aderência Baixa

Fonte: Castro (2015).

Os níveis de aderência foram estruturados em quartis: níveis de 1 a 4. O Nível 1 é representado por índices de 0,75 a 1,0, que indicam os setores classificados com Aderência Alta. O Nível 2 enquadra os setores que apresentaram os índices de 0,50 a 0,75, indicando aderência Moderada Alta. Já o Nível 3 contempla os setores que apresentaram os índices de 0,25 a 0,50, que apontam uma aderência Moderada Baixa. Por fim, o Nível 4 enquadra os setores que apresentam os índices de 0,00 a 0,25, indicando uma Aderência Baixa (CASTRO, 2015).

Dessa forma, após a análise dos indicadores constantes nos relatórios das organizações, buscou-se analisar o interesse dos setores econômicos em divulgar as informações dos capitais não financeiros do Relato Integrado, não se restringindo apenas ao ano posterior de lançamento do *Framework* (2013), de modo a destacar empresas de diferentes setores econômicos no período de 2014 – 2018.

3.3.2 Análise da Divulgação

Para responder aos objetivos específicos propostos nesta pesquisa, tem-se 2 (dois) tipos de análise relacionadas à divulgação nos relatórios: a divulgação geral e a divulgação por índice. Estes são explicados posteriormente para uma melhor compreensão dos dados na análise dos resultados.

Na análise de divulgação geral, será abordado o quantitativo de divulgações partindo das palavras chave/relacionadas/*checklist* encontradas nos relatórios após o procedimento de mineração de dados, de modo a observar, de acordo com todos os setores econômicos, quais foram os indicadores não financeiros – os quais são compostos pelo total de 34 (trinta e quatro) de cada capital (natural; humano; social e de relacionamento; intelectual) –, que mais obtiveram informações divulgadas em seus relatórios de acordo com os anos analisados (2014 – 2018), e assim identificar o perfil de ganhar, manter ou recuperar a legitimidade a partir dos resultados alcançados.

No tocante à divulgação por índice, foi identificado, de acordo com os setores econômicos e os respectivos capitais, o valor percentual do índice de divulgação dos indicadores não financeiros. Desse modo, o índice corresponde a 0 (zero), se a organização de determinado setor não divulga sequer uma das palavras chave/relacionadas/*checklist*; e a 1 (um), caso a organização divulgue pelo menos uma informação que se refere aos indicadores.

Dessa forma, foi realizada a ponderação (percentual) em cada setor, de acordo com o quantitativo correspondente de empresas que o compõem. Assim, obteve-se, para esta análise, o percentual máximo que pode ser obtido como resultado, que se refere a 100%. Como a análise foi realizada num período determinado (2014 – 2018), o resultado do Índice de Divulgação (ID) corresponde à média dos anos analisados.

A partir dos resultados que se referem à divulgação geral de todas as organizações que compõem os setores econômicos classificados para esta pesquisa, buscou-se atingir o terceiro objetivo, comparando a divulgação das informações dos 34 (trinta e quatro) indicadores que pertencem aos capitais não financeiros (natural; humano; social e de relacionamento; intelectual) com os 9 (nove) diferentes setores da economia, podendo-se destacar, de modo significativo, determinado setor, após o resultado alcançado. Esse método será explicado no tópico a seguir.

3.4 ANÁLISE INFERENCIAL

A análise inferencial busca, através das divulgações gerais, identificar, a partir dos dados, a comparação dos resultados dos 4 (quatro) capitais não financeiros analisados – que são compostos pelos 34 (trinta e quatro) indicadores – com os 9 (nove) setores econômicos no período temporal determinado (2014 – 2018), analisando-os estatisticamente. Para a execução dessa análise inferencial, foi utilizado o *software* estatístico STATA.

Para verificar as associações entre os indicadores de cada capital não financeiro e os setores econômicos, foi necessário realizar o Teste de Significância – que pode ser utilizado para comparar uma amostra com uma distribuição de probabilidade de referência ou de diferentes amostras –, com o objetivo de verificar relações existentes entre a divulgação das informações dos capitais e os setores econômicos analisados de acordo com o período determinado, buscando identificar a significância dos dados estatisticamente.

Quanto à sua significância estatística, usou-se o nível de significância aceitável de 5% (0,05) de forma que, se o p valor $< 0,05$, conclui-se que existe associação significativa entre as variáveis. Por outro lado, se p valor $> 0,05$, conclui-se que não existe associação significativa

entre as variáveis, ao nível de 5% (0,05) de significância. O p valor é definido como a probabilidade de se observar um valor da estatística de teste maior ou igual ao encontrado. Se o valor for menor que 0,05, os grupos serão significativamente diferentes.

Após o teste de significância, foi realizado o teste de correlação de Kruskal-Wallis, que é um teste não paramétrico, usado para determinar se há diferenças estatisticamente significativas entre dois ou mais grupos. Como se pode ter três ou mais grupos no desenho de estudo, torna-se importante determinar quais desses grupos diferem entre si, de modo a comparar a média mediana para dois ou mais grupos (FIELD, 2009).

O teste de Kruskal-Wallis é uma prova útil para decidir se amostras independentes provêm de populações diferentes. Os valores amostrais quase que invariavelmente diferem entre si: o problema é decidir se essas diferenças entre as amostras significam diferenças efetivas entre as populações, ou se representam apenas variações casuais, que podem ser esperadas entre amostras aleatórias de uma mesma população (VIALI, 2008).

Observam-se algumas condições para o uso de Kruskal-Wallis: deve-se fazer comparação de três ou mais amostras independentes; esse teste não pode ser utilizado para testar diferenças numa única amostra de respondentes, mensurados mais de uma vez, nem com dados, cujo nível de mensuração seja no mínimo ordinal; exige dados que possam ser ordenados e aos quais seja possível atribuir postos ou ordens (POCINHO, 2009).

Assim, uma maneira de analisar como os grupos (setores) diferem entre si, é utilizando um determinado gráfico denominado de *boxplot*, para identificar se existem posicionamentos discrepantes. No caso desta pesquisa, a comparação se deu nos setores econômicos, observando os que se destacaram significativamente dos demais em determinados indicadores e, também, os setores que tiveram menor destaque. Essa observação se deu através da média, da dispersão, do desvio-padrão e dos limites (superiores e inferiores) apresentados no gráfico do *boxplot*, os quais foram posteriormente analisados.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados os resultados obtidos referentes a cada capital não financeiro analisado (natural; humano; social e de relacionamento; e intelectual), de acordo com os seus indicadores-chave de desempenho (KPIs), que correspondem a 34 (trinta e quatro), a fim de identificar a divulgação, no percorrer dos anos de 2014 a 2018, dos 9 (nove) setores econômicos analisados nesta pesquisa. Observaram-se, dessa forma, quais os setores econômicos cujos resultados diferiram dos demais significativamente após a análise da divulgação voluntária de informações não financeiras em seus relatórios organizacionais.

4.1 DIVULGAÇÃO GERAL NOS RELATÓRIOS

As organizações podem categorizar os capitais de maneiras diferentes, como são considerados, porquanto poderá ocorrer que nem todos os capitais sejam relevantes ou aplicáveis a todas as organizações. Embora a maioria das organizações interaja até certo ponto com todos os capitais, essas interações podem ser relativamente insignificantes ou tão indiretas, que não sejam suficientemente importantes para serem incluídas em seus relatórios.

Assim, após a análise da divulgação dos indicadores-chave de desempenho (KPIs), pode-se observar, em cada capital não financeiro, quais são os indicadores que possuem maiores divulgações gerais, a fim de observar o interesse de legitimação (ganhar/manter/recuperar) através da divulgação voluntária em determinados anos e no percorrer deles. Os impactos dessas divulgações podem ocasionar consequências internas e externas (positivas e negativas) para os capitais, decorrentes das atividades empresariais e dos produtos da organização.

Dessa forma, os resultados demonstram, em todas as organizações analisadas, os setores econômicos que foram equiparados – suas divulgações no geral, no que se refere aos indicadores-chave de desempenho dos capitais não financeiros (natural; humano; social e de relacionamento; intelectual), no percorrer do período analisado de 2014 a 2018, de acordo com o primeiro objetivo específico proposto nesta pesquisa.

Na Tabela 1, é apresentada a divulgação geral do Capital Natural para demonstrar o quantitativo de divulgação voluntária de acordo com os 7 (sete) indicadores que o compõem, no decorrer dos 5 (cinco) anos analisados, de acordo com os relatórios organizacionais, em todos os 9 (nove) setores econômicos.

Tabela 1 - Divulgação Geral do Capital Natural - Todos os Setores

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Emissões de CO2	800	768	932	1018	920	4438
2. Consumo de energia por fonte de energia	426	475	472	521	484	2378
3. Quantidade de resíduos	240	232	243	277	236	1228
4. Acidentes ambientais	208	215	208	220	211	1062
5. Resíduos reciclados	136	112	109	129	103	589
6. Investimentos em proteção ambiental	2243	2273	2474	2524	2443	11957
7. Animais adquiridos para testes	87	89	91	131	174	572
TOTAL	4140	4165	4529	4820	4571	22224

Fonte: dados da pesquisa (2019).

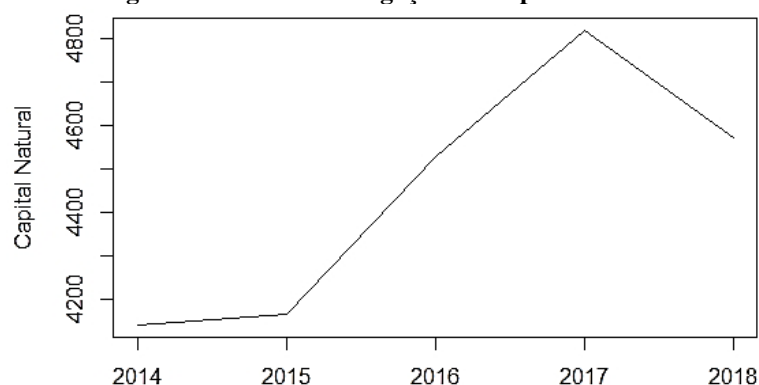
Observa-se, no exposto na Tabela 1, que os indicadores do capital natural “investimentos em proteção ambiental” e “emissões de CO2” foram os que obtiveram uma maior quantidade de divulgação de informações, comparando-se com os demais, no percorrer dos anos analisados, com a inclusão das palavras chave/relacionadas/*checklist*, pesquisadas nos relatórios empresariais.

O que se pode destacar no tocante ao indicador de “investimentos em proteção ambiental” – que se refere às informações que ligam projetos praticados pelas organizações, planejamentos futuros, programas de incentivo ao meio ambiente, entre outros –, é que a divulgação permaneceu constante durante os 5 (cinco) anos.

Por outro lado, o indicador “acidentes ambientais”, que contraria o indicador “investimentos em proteção ambiental”, também obteve divulgações constantes no percorrer dos anos analisados, sendo considerado o terceiro indicador com menor divulgação. Dessa forma, conclui-se que as informações sobre o capital natural no que se refere a esses 2 (dois) indicadores citados, mantiveram-se estáveis, e que as organizações, através das divulgações voluntárias, estão buscando se legitimar para a sociedade a partir de informações ambientais.

Quanto aos outros indicadores do Capital Natural com uma menor quantidade de divulgações gerais, tem-se os indicadores: “animais adquiridos para testes” e “resíduos reciclados”. No tocante ao indicador “animais adquiridos para testes”, esse resultado reporta-se à atividade da empresa, já que não são todos os setores que fazem uso deste em sua atividade econômica, não existindo, pois, a necessidade de divulgá-lo.

Na Figura 2, pode-se observar o quantitativo de divulgação geral referente a todos os indicadores que compõem o capital natural, de modo a analisar separadamente cada ano desta pesquisa, para poder visualizar, em cada um deles, o interesse das organizações em ganhar, manter ou recuperar a legitimidade perante a sociedade em que estão inseridas.

Figura 2 - Total de divulgação do Capital Natural

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No geral, observa-se que, no período de 2014 a 2017, as organizações aumentaram sua divulgação de informações dos indicadores-chave de desempenho do capital natural, ganhando, dessa forma, legitimidade.

No período de 2017 a 2018, ocorreu uma pequena diminuição da divulgação voluntária; no entanto não se considera que as organizações deixaram de buscar sua legitimidade, pois, como a diferença não foi de grande impacto de um ano para o outro, considera-se que as organizações estão buscando recuperar a legitimidade, e, nos próximos anos, poderá ocorrer novamente o ganho desta com o aumento da divulgação voluntária.

Na Tabela 2, é apresentada a divulgação geral do Capital Humano, de modo a demonstrar o quantitativo de divulgação voluntária de acordo com os 11 (onze) indicadores que o compõem, nos 5 (cinco) anos analisados nos relatórios organizacionais, em todos os 9 (nove) setores econômicos.

Tabela 2 - Divulgação Geral do Capital Humano - Todos os Setores

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de empregados	458	471	563	593	562	2647
2. Diversidade	711	740	835	1070	1249	4605
3. O investimento total em treinamento	520	535	600	568	594	2817
4. Empregados em aprendizagem eletrônica corporativa	1815	1869	2079	2477	2709	10949
5. Média de idade	119	114	142	162	154	691
6. Média de dias de formação por empregado	17	35	15	15	20	102
7. Resultados da pesquisa com empregado	358	328	387	455	461	1989
8. Lesões por milhão de horas trabalhadas	70	57	93	104	89	413
9. Taxa de absentismo	124	83	129	135	134	605
10. Taxa de demissão	67	44	87	100	137	435
11. Relação de salário mínimo	1450	906	1499	1815	1728	7398
TOTAL	5709	5182	6429	7494	7837	32651

Fonte: dados da pesquisa (2019).

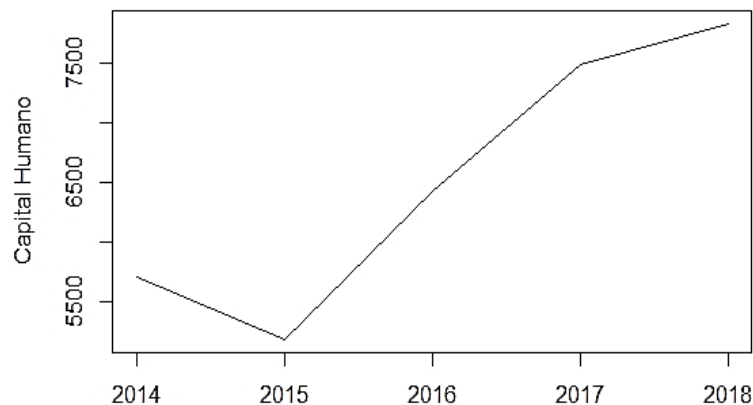
Em relação ao capital humano, destacaram-se, em todos os setores econômicos, os seguintes indicadores com o maior quantitativo de divulgação geral no decorrer dos anos analisados: “empregados em aprendizagem eletrônica corporativa” e a “relação de salário

mínimo”. Já, os que obtiveram menor quantitativo de divulgação geral, foram: “média de dias de formação por empregado” e “lesões por milhão de horas trabalhadas”.

Destacou-se, também, em todos os setores econômicos analisados, a divulgação de forma voluntária das palavras chave/relacionadas/*cheklist* nos relatórios organizacionais, podendo-se observar quais indicadores do capital humano estavam sendo mais – e os que estavam menos –, divulgados pelas organizações.

Na Figura 3, da mesma forma que na Figura 2, pode-se observar o quantitativo de divulgação geral referente a todos os indicadores que compõem o capital natural, analisados separadamente em cada ano desta pesquisa, para se poder visualizar, em cada um deles, o interesse das organizações em ganhar, manter ou recuperar a legitimidade perante a sociedade em que está inserida.

Figura 3 - Total de divulgação do Capital Humano



Fonte: dados da pesquisa (2019).

Destaca-se que, no ano de 2014 para o ano de 2015, ocorreu uma diminuição da divulgação geral do capital humano; mas, no ano de 2015 a 2018, as divulgações nos relatórios aumentaram.

Dessa forma, considera-se, que, com a divulgação geral em relação aos indicadores-chave de desempenho do capital humano, as empresas recuperaram a legitimidade, considerando-se o biênio de 2014 a 2015, e continuaram mantendo-a de forma a ganhar com o aumento da divulgação voluntária nos anos de 2015 a 2018 e, conseqüentemente, nos anos que estão por vir.

Na Tabela 3, é apresentada a divulgação geral do Capital Social e de Relacionamento, de modo a demonstrar o quantitativo de divulgação de acordo com os 8 (oito) indicadores que o compõem, nos 5 (cinco) anos analisados nos relatórios organizacionais, nos 9 (nove) setores econômicos.

Tabela 3 - Divulgação Geral do Capital Social e de Relacionamento - Todos os Setores

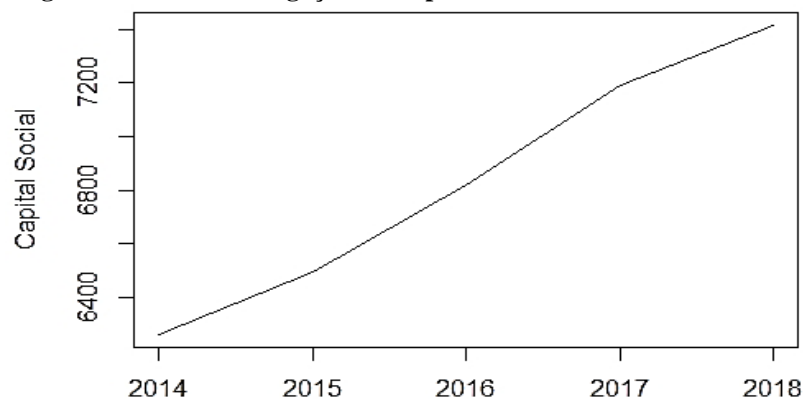
Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”	597	670	742	762	826	3597
2. Número de voluntários	25	10	9	17	21	82
3. Reivindicações/ações trabalhistas	767	613	734	850	831	3795
4. Envolvimento em ações sociais	1395	1480	1499	1494	1648	7516
5. Envolvimento em projetos culturais	491	562	577	583	612	2825
6. Índice de satisfação do cliente	670	721	854	919	865	4029
7. Provisão para projetos sociais	957	1013	946	1006	1055	4977
8. “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)	1358	1426	1458	1562	1558	7362
TOTAL	6260	6495	6819	7193	7416	34183

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No Capital Social e de Relacionamento, os indicadores não financeiros que obtiveram maiores divulgações foram: “envolvimento em ações sociais” e “investimento social (dinheiro gasto em filantropia)”. Ambos os indicadores possuíram aumento de divulgações com o passar dos anos de 2014 a 2018, identificando que as organizações buscaram, através de seus relatórios organizacionais, incluir as palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem a informações referentes a esses indicadores do capital social e de relacionamento.

Já os indicadores que obtiveram menores divulgações de forma voluntária nos relatórios analisados foram: “número de voluntários” e “envolvimento em projetos culturais”. Observando-se, dessa forma, que as organizações analisadas não buscaram inserir, em seus relatórios organizacionais, um quantitativo maior – comparando-se com os demais – de informações que se referem a esses indicadores do capital social e de relacionamento.

Na Figura 4, pode-se observar o quantitativo de divulgação geral dos indicadores que compõem o capital social e de relacionamento; foram analisados, separadamente, os anos desta pesquisa, a fim de visualizar, em cada ano, o interesse das organizações em ganhar, manter ou recuperar sua legitimidade perante a sociedade em que está inserida.

Figura 4 - total de divulgação do Capital Social e de Relacionamento

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Nos anos de 2014 a 2018, observa-se que existiu um aumento da divulgação dos indicadores-chave de desempenho do capital social e de relacionamento nos relatórios empresariais analisados, em vista do total de sua divulgação, ano após ano. Dessa forma, as organizações estão mantendo e ganhando legitimidade diante da sociedade em que estão inseridas.

Na Tabela 4 é apresentada a divulgação geral do Capital Intelectual nos relatórios organizacionais, nos 5 (cinco) anos analisados, para demonstrar o quantitativo de divulgação voluntária, de acordo com os 8 (oito) indicadores que o compõem, em todos os 9 (nove) setores econômicos.

Tabela 4 - Divulgação Geral do Capital Intelectual - Todos os Setores

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de pedidos de patente depositados	19	39	40	49	54	201
2. Dinheiro gasto em P&D	1341	1401	1546	1659	1694	7641
3. Número de testes com nova tecnologia	82	86	111	133	159	571
4. Reconhecimento da marca	392	480	653	766	740	3031
5. Número de novos produtos desenvolvidos	2277	2397	2860	3144	2954	13632
6. Despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização	1260	1122	1494	1725	1816	7417
7. Despesas com desenvolvimento de <i>softwares</i> para sistemas internos	1619	1601	2006	2360	2428	10014
8. Vendas geradas por produtos derivados de P&D	2532	2493	2702	2894	3052	13673
TOTAL	9522	9619	11412	12730	12897	56180

Fonte: dados da pesquisa (2019).

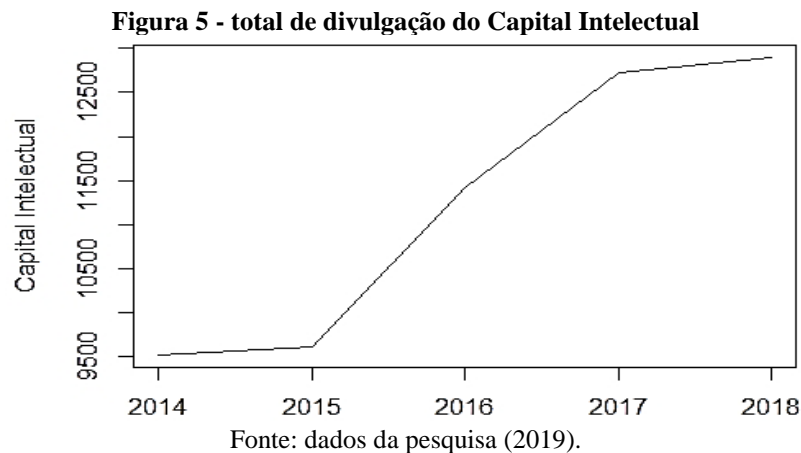
Na divulgação geral do capital intelectual de forma voluntária nos relatórios organizacionais, destacaram-se 3 (três) indicadores-chave de desempenho com os maiores quantitativos de divulgação: “vendas geradas por produtos derivados de P&D”, “número de novos produtos desenvolvidos” e “despesas com desenvolvimento de *softwares* para sistemas internos”.

Dessa forma, observa-se que as organizações que compõem os 9 (nove) setores econômicos analisados nesta pesquisa estavam interessadas no processamento e desenvolvimento de novos produtos e serviços, de modo a atrair seus usuários e inovar tecnologicamente, inserindo informações sobre estes nos seus relatórios organizacionais.

Os dois indicadores com menor divulgação de forma voluntária nos relatórios organizacionais foram os seguintes: “número de pedidos de patente depositados” e “número de testes com a nova tecnologia”.

Na Figura 5, pode-se observar o quantitativo de divulgação geral de acordo com todos os indicadores que compõem o capital intelectual; foram analisados separadamente os anos

definidos para esta pesquisa, podendo-se visualizar, em cada ano, o interesse das organizações em ganhar, manter ou recuperar a legitimidade diante a sociedade que está inserida.



Desse modo, observa-se que as divulgações gerais no que se refere ao capital intelectual, nos anos de 2014 a 2015, mantiveram-se constantes; de 2015 a 2017, ocorreu uma elevação de acordo com a divulgação; e, de 2017 a 2018, retornou-se à constância. Portanto, as organizações dos setores econômicos analisados, em um período inicial e curto mantiveram a legitimidade; posteriormente, em um período maior, ganharam; e, por último, estavam voltando a manter a legitimidade.

Conforme o primeiro objetivo proposto para a pesquisa – identificar os capitais não financeiros do RI nas empresas analisadas –, estes foram observados através da divulgação geral das informações nos relatórios, a fim de identificar a legitimidade organizacional no que se refere a ganhar, manter ou recuperar diante a divulgação voluntária nos relatórios organizacionais.

No tópico a seguir, são apresentados os resultados que se referem ao índice de divulgação de acordo com cada capital não financeiro, em determinados setores econômicos. Ao final de cada indicador, é calculado o índice médio de divulgação para, posteriormente, ser classificado de acordo com o nível de divulgação de acordo com as informações que estão sendo apresentadas nos relatórios organizacionais.

4.2 ANÁLISES DOS CAPITAIS

Neste subitem, são apresentados os resultados que se referem ao cálculo do Índice de Divulgação dos indicadores-chave de desempenho (KPIs) de todos os capitais não financeiros, separados de acordo com os setores econômicos, com a finalidade de responder ao segundo

objetivo específico proposto para a pesquisa – mensurar a divulgação dos indicadores chave de desempenho (KPIs) de cada capital não financeiro de acordo com os setores econômicos analisados – para posteriormente classificá-los de acordo com os níveis de divulgação (Índice Médio de Divulgação), levando-se em conta todo o período analisado.

Como se referem ao cálculo do índice, considera-se o resultado em percentual, podendo corresponder à variação de 0% a 100%. A análise descritiva de acordo com os setores está na seguinte ordem: (1) consumo cíclico; (2) consumo não cíclico; (3) energia; (4) financeiro; (5) industrial; (6) material básico; (7) saúde; (8) tecnologia e serviços de telecomunicações; e (9) utilidade pública.

4.2.1 Capital Natural

O Capital Natural busca identificar e divulgar informações referentes a insumos, renováveis ou não, utilizados na produção de bens e serviços, impactados ou não de forma positiva ou negativa, pelas atividades do negócio. Como o capital natural está se tornando cada vez mais escasso e necessário, a própria natureza de algumas empresas está mudando de modo que suas atividades sejam sustentáveis e atendam às necessidades do meio em que estão inseridas.

Dessa forma, torna-se importante a necessidade de divulgar informações que se refiram aos aspectos naturais do meio em que a organização está inserida, visto que o Capital Natural é representado pelo conjunto de recursos da natureza de posse da empresa ou pelos bens difusos sob sua responsabilidade e que mantém a perenidade de todos os demais tipos de capital (KASSAI; CARVALHO, 2013).

Portanto, o capital natural torna-se parte integrante dos objetivos da empresa de estratégia e de longo prazo. O aumento do foco em capital natural implica que o efeito das operações da empresa sobre o meio ambiente vai receber mais atenção, melhorando, por sua vez, o desempenho ambiental do meio em que está inserida (POIGNAT; STENSIÖ, 2014).

Na Tabela 5, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital natural de acordo com os 7 (sete) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico de consumo cíclico, o qual era composto por 17 (dezessete) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 5 - Índice de Divulgação do Setor – (1) Consumo Cíclico

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Emissões de CO2	80	88	94	100	100	92,4
2. Consumo de energia por fonte de energia	93	100	100	100	100	98,6
3. Quantidade de resíduos	87	76	82	94	100	87,8
4. Acidentes ambientais	93	88	94	94	94	92,6
5. Resíduos reciclados	93	82	82	88	94	87,8
6. Investimentos em proteção ambiental	100	100	100	100	100	100
7. Animais adquiridos para testes	67	70	76	59	81	70,6
TOTAL	87,6	86,3	89,7	90,7	95,6	89,9

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Na Tabela 5, destaca-se o resultado das 17 (dezesete) empresas que compõem o setor econômico de consumo cíclico analisado. Dessa forma, observa-se que todas as organizações destacaram, em seus relatórios, informações que se referem ao indicador “investimentos em proteção ambiental”; o que se configura com o resultado de um ID=100%, alcançando, dessa forma, o máximo de percentual permitido em cada ano da análise.

Em segundo lugar, está o indicador “consumo de energia por fonte de energia”, com o ID=98,6%, o qual, apenas no primeiro ano da análise (2014), não obteve o resultado de 100%, pois, em alguns relatórios, não havia as palavras chave/relacionadas/*checklist* que se referem a esse indicador.

Com relação ao indicador com menor divulgação, destaca-se o de “animais adquiridos para testes”, com ID=70,6%; que é um resultado compreensível diante das atividades que compõem o setor econômico de consumo cíclico, quais sejam: vestuários, utilidades domésticas, lazer, hotéis e restaurantes.

Por fim, o Índice Médio de Divulgação geral para o setor econômico de Consumo Cíclico é de 89,9%, de acordo com a média geral de todos os 5 (cinco) anos e de todos os 7 (sete) indicadores do capital natural analisados. Esse resultado classifica esse setor econômico como de divulgação “alta” de acordo com o posicionamento no nível de divulgação; o qual será demonstrado posteriormente.

Na Tabela 6, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital natural de acordo com os 7 (sete) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico de consumo não cíclico, o qual era composto por 13 (treze) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 6 - Índice de Divulgação do Setor – (2) Consumo Não Cíclico

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Emissões de CO2	92	92	91	100	92	93,4
2. Consumo de energia por fonte de energia	92	92	100	100	100	96,8
3. Quantidade de resíduos	83	100	100	100	100	96,6
4. Acidentes ambientais	100	92	100	100	92	96,8
5. Resíduos reciclados	75	92	100	100	92	91,8
6. Investimentos em proteção ambiental	100	100	100	100	100	100
7. Animais adquiridos para testes	83	75	82	91	77	81,6
TOTAL	89,3	91,9	96,1	98,7	93,3	93,8

Fonte: dados da pesquisa (2019).

O setor econômico de Consumo Não Cíclico também teve, como resultado, um indicador do capital natural com o ID=100%; o mesmo resultado que se refere também ao mencionado no setor econômico anteriormente analisado: o indicador “investimentos em proteção ambiental”. Destaca-se, assim, o interesse das empresas em divulgar, de forma voluntária, informações que se referem a sua relação com o meio ambiente, de acordo com as atividades que estão inseridas no mercado, mantendo a sua legitimidade, pois em todos os anos analisados existem divulgações das organizações no que se refere a esse indicador.

Em segundo lugar, no que se refere ao percentual de divulgação do ID, dois indicadores obtiveram empate: “consumo de energia por fonte de energia” e “acidentes ambientais”, ambos com a pontuação de 96,8%. E, com o menor resultado para o índice, encontra-se o indicador “animais adquiridos para testes”, com 81,6%; o que se assemelha também ao resultado do setor econômico de Consumo Cíclico, analisado anteriormente.

Para o setor de consumo não cíclico – que engloba empresas de alimentos, fumo e bebidas –, o índice médio de divulgação de acordo com todos os anos, de 2014 a 2018, foi de 93,8%; o que também se enquadra na classificação do nível de divulgação como “alta”, que será explicado posteriormente. Logo, as organizações estão interessadas em divulgar em seus relatórios, de forma voluntária, informações de modo a se legitimar para a sociedade.

Na Tabela 7, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital natural de acordo com os 7 (sete) indicadores não financeiros. Analisou-se, exclusivamente, o setor econômico de energia, o qual era composto por 9 (nove) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 7 - Índice de Divulgação do Setor – (3) Energia

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Emissões de CO2	100	100	100	100	100	100
2. Consumo de energia por fonte de energia	100	100	88	100	100	98
3. Quantidade de resíduos	88	88	75	100	100	90

4. Acidentes ambientais	100	100	88	100	100	98
5. Resíduos reciclados	75	75	50	63	78	68
6. Investimentos em proteção ambiental	100	100	100	100	100	100
7. Animais adquiridos para testes	100	88	88	100	100	95
TOTAL	94,7	93,0	84,1	94,7	96,9	92,7

Fonte: dados da pesquisa (2019).

As 9 (nove) empresas que compõem o setor de energia obtiveram resultados acima de 90% para 6 (seis) indicadores dos 7 (sete) que compõem o capital natural. Esses resultados se referem ao índice de divulgação de acordo com os 5 (cinco) anos analisados.

Dessa forma, os indicadores “investimentos em proteção ambiental” e “emissões de CO2” tiveram como resultado o ID=100%. Esse resultado, considerado o máximo que pode existir, pode se caracterizar pelo interesse que a empresa teve em divulgar essas informações por causa do relacionamento da atividade desempenhada pelas organizações que compõem o setor econômico de “Energia”.

O indicador com menor resultado se refere a “resíduos reciclados”, que obteve o ID=68% como média dos 5 (cinco) anos analisados. Por fim, como índice médio de divulgação de todos os indicadores-chave de desempenho que compõem o capital natural no setor econômico de energia, obteve-se o ID=92,7%; o que também corresponde a um nível de divulgação de classificação “alta”, que será abordado posteriormente.

Na Tabela 8, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital natural de acordo com os 7 (sete) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico financeiro, o qual era composto por 31 (trinta e uma) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 8 - Índice de Divulgação do Setor – (4) Financeiro

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Emissões de CO2	96	93	94	87	90	92
2. Consumo de energia por fonte de energia	100	97	97	93	97	96,8
3. Quantidade de resíduos	67	62	61	70	71	66,2
4. Acidentes ambientais	93	100	100	90	100	96,6
5. Resíduos reciclados	70	76	81	60	67	70,8
6. Investimentos em proteção ambiental	100	100	100	100	100	100
7. Animais adquiridos para testes	74	66	81	60	71	70,4
TOTAL	85,7	84,9	87,7	80,0	85,1	84,7

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor financeiro, observa-se também o indicador “investimentos em proteção ambiental” com um índice de divulgação de 100%; o que indica que todas as 31 (trinta e uma)

empresas que compõem esse setor da amostra divulgaram, nos relatórios analisados, pelo menos uma informação referente a esse indicador através das palavras chave/relacionadas/*checklist*.

O indicador do capital natural das empresas que compõem o setor financeiro com menor índice de divulgação pelas organizações é o que se refere a “quantidade de resíduos” – com 66,2% –, pois algumas empresas deste setor não divulgaram, em seus relatórios, nem uma que seja das palavras chave/relacionada/*checklist* desse indicador, no período temporal analisado.

Pode-se afirmar que esse resultado foi devido às atividades desempenhadas pelas organizações que compõem o setor financeiro, porque estas não agridem diretamente o meio em que estão inseridas, abdicando, dessa forma, de inserir informações referentes a esse indicador nos relatórios organizacionais.

Mesmo assim, diante da média geral do índice de divulgação de todos os anos analisados, com o resultado de ID=84,7%, as organizações do setor financeiro também se encontravam, de acordo com o nível de divulgação com classificação “alta”, decorrente das informações divulgadas com relação aos indicadores do capital natural do setor econômico financeiro.

Na Tabela 9, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital natural de acordo com os 7 (sete) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico industrial, o qual era composto por 36 (trinta e seis) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 9 - Índice de Divulgação do Setor – (5) Industrial

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Emissões de CO2	100	100	100	100	100	100
2. Consumo de energia por fonte de energia	100	100	97	100	100	99,4
3. Quantidade de resíduos	94	92	95	97	89	93,4
4. Acidentes ambientais	100	100	97	97	97	98,2
5. Resíduos reciclados	79	82	89	86	81	83,4
6. Investimentos em proteção ambiental	100	100	100	100	100	100
7. Animais adquiridos para testes	79	79	76	81	76	78,2
TOTAL	93,1	93,3	93,4	94,4	91,9	93,2

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor industrial, 2 (dois) indicadores do capital natural são destacados com o valor máximo, no que se refere ao resultado do índice de divulgação de 100%: os indicadores de “emissão de CO2” e “investimentos em proteção ambiental”. Nesse caso, pelo fato de a atividade desempenhada por organizações que compõem esse setor econômico ser considerada de ligação direta com o meio ambiente e com o meio em que está inserida, as 36 (trinta e seis)

empresas que compõem a amostra do setor industrial divulgaram pelo menos uma informação que reporta a esses indicadores, através das palavras chave/relacionadas/*checklist*, utilizadas para a pesquisa.

O indicador com o menor resultado conforme o índice de divulgação foi o de “animais adquiridos para testes” – com 78,2% –; o que pode ter advindo do fato de sua produção não utilizar diretamente insumos que correspondem a esse tipo de indicador, e por essa divulgação ser facultativa a algumas organizações.

De acordo com o período analisado, as organizações que compõem o setor industrial, cujo resultado do índice médio de divulgação foi de ID=93,2%, encontravam-se enquadradas no nível 1 (um) de divulgação, que se refere à classificação “alta”. Esse resultado será demonstrado posteriormente na análise do nível de divulgação.

Na Tabela 10, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital natural de acordo com os 7 (sete) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico de material básico, o qual era composto por 14 (quatorze) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 10 - Índice de Divulgação do Setor – (6) Material Básico

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Emissões de CO2	100	100	100	100	100	100
2. Consumo de energia por fonte de energia	92	92	92	92	92	92
3. Quantidade de resíduos	92	83	92	92	83	88,4
4. Acidentes ambientais	92	92	100	84	92	92
5. Resíduos reciclados	83	83	92	77	83	83,6
6. Investimentos em proteção ambiental	100	100	100	100	100	100
7. Animais adquiridos para testes	83	75	69	77	75	75,8
TOTAL	91,7	89,3	92,1	88,9	89,3	90,3

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor econômico de material básico, assim como nos setores industrial e de energia, dois indicadores do capital natural também se destacaram com o total de ID=100%: “emissões de CO2” e “investimentos em proteção ambiental”; indicando que as organizações analisadas divulgaram de forma voluntária pelo menos uma informação que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist* analisadas na pesquisa.

O destaque nesses indicadores pode ter ocorrido devido à atividade desempenhada pelas organizações que compõem o setor de material básico e ao interesse de se legitimar diante das partes interessadas através dos relatórios organizacionais.

Nesse setor econômico, também como descrito em (3) setores anteriormente, o indicador “animais adquiridos para testes” obteve resultado de ID=75,8%. É o indicador que possui o menor índice de divulgação no que se refere aos 5 (cinco) anos analisados. Isso pode ter advindo do tipo de atividade desempenhada pelas organizações que o compõem; o que faz com que elas não possuam o interesse em divulgar de forma voluntária aspectos relacionados a esse indicador, em seus relatórios organizacionais.

Dessa forma, tem-se como índice médio de divulgação desse setor o resultado de ID=90,3%; o que o classifica no nível de divulgação “alta”. Essa classificação será demonstrada posteriormente.

Na Tabela 11, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital natural de acordo com os 7 (sete) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico de saúde, o qual era composto por 12 (doze) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 11 - Índice de Divulgação do Setor – (7) Saúde

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Emissões de CO2	100	92	92	100	100	96,8
2. Consumo de energia por fonte de energia	100	92	92	100	100	96,8
3. Quantidade de resíduos	100	83	83	92	100	91,6
4. Acidentes ambientais	100	92	92	100	92	95,2
5. Resíduos reciclados	91	83	75	92	67	81,6
6. Investimentos em proteção ambiental	100	91	92	100	100	96,6
7. Animais adquiridos para testes	91	83	92	92	92	90,0
TOTAL	97,4	88,0	88,3	96,6	93,0	92,7

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor econômico de saúde, nenhum indicador do capital natural obteve o resultado de ID=100% no que se refere às divulgações no decorrer dos 5 (cinco) anos analisados, diferindo de alguns resultados de setores analisados anteriormente. Os 2 (dois) indicadores que obtiveram os maiores resultados de índice, ID=96,8%, em relação a esse setor, foram: “emissões de CO2” e “consumo de energia por fonte de energia”.

Nesse setor, também pode-se destacar o que difere dos anteriores: o indicador “animais adquiridos para testes”, com ID=90%. Este não foi o que obteve o menor resultado no índice de divulgação, como o que ocorreu em alguns setores anteriormente analisados. Nesse caso, no setor de saúde, o indicador “resíduos reciclados”, com ID=81,6%, foi o que obteve menor índice de divulgação diferindo e se destacando em comparação aos resultados anteriores.

Dessa forma, como resultado do índice médio de divulgação total tem-se o ID=92,7%; o que corresponde a um nível de divulgação classificado como “alta”; o que será mencionado posteriormente na descrição do resultado dos níveis de divulgação.

Na Tabela 12, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital natural de acordo com os 7 (sete) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico de tecnologia e serviços de telecomunicações, o qual era composto por 22 (vinte e duas) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 12 - Índice de Divulgação do Setor – (8) Tecnologia e Serv. de Telecomunicações

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Emissões de CO2	76	94	100	95	100	93,0
2. Consumo de energia por fonte de energia;	94	100	100	100	100	98,8
3. Quantidade de resíduos	82	83	83	75	82	81,0
4. Acidentes ambientais	100	100	94	95	100	97,8
5. Resíduos reciclados	59	67	72	75	77	70,0
6. Investimentos em proteção ambiental	100	100	100	100	100	100,0
7. Animais adquiridos para testes	65	72	78	65	86	73,2
TOTAL	82,3	88,0	89,6	86,4	92,1	87,7

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor de tecnologia e serviços de telecomunicações, comparando-se com os setores anteriormente mencionados, apenas o indicador “investimentos em proteção ambiental” obteve o resultado de ID=100% em relação aos 5 (cinco) anos analisados. O segundo indicador com maior índice de divulgação foi o de “consumo de energia por fonte de energia”, com ID=98,8%. Esse resultado pode ter ocorrido pelo interesse das empresas em divulgar de forma voluntária informações que se referem às palavras chave/relacionadas/*checklist*, por causa das atividades desempenhadas pelas organizações que compõem esse setor econômico.

Já os dois indicadores com menores resultados do índice de divulgação são: “resíduos reciclados”, com ID=70%, e “animais adquiridos para testes”, com ID=73,2% de divulgação no que se refere aos 5 (cinco) anos analisados. E, como resultado do índice médio de divulgação geral, esse setor, comparado com os anteriormente analisados, foi o segundo que obteve o menor resultado, com ID=87,7%. Considera-se esse resultado, de acordo com o nível de divulgação, de classificação “alta” para as informações divulgadas nos relatórios organizacionais.

Na Tabela 13, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital natural de acordo com os 7 (sete) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico de utilidade pública, o qual era composto por 9 (nove) empresas. O resultado

do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 13 - Índice de Divulgação do Setor – (9) Utilidade Pública

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Emissões de CO2	100	100	100	100	100	100
2. Consumo de energia por fonte de energia	100	100	100	100	100	100
3. Quantidade de resíduos	100	100	100	100	100	100
4. Acidentes ambientais	100	100	100	100	100	100
5. Resíduos reciclados	100	86	88	100	100	94,8
6. Investimentos em proteção ambiental	100	100	100	100	100	100
7. Animais adquiridos para testes	86	86	75	88	78	82,6
TOTAL	98,0	96,0	94,7	98,3	96,9	96,8

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Por fim, o último setor econômico analisado se refere ao de utilidade pública. Esse setor obteve o resultado máximo de ID=100%, em 5 (cinco) indicadores dos 7 (sete) que compõem o capital natural. Dessa forma, considera-se o setor econômico com o maior índice de divulgação tanto com relação aos anos analisados como aos indicadores.

E, não diferente da maioria dos setores anteriormente analisados, o indicador “animais adquiridos para testes”, com ID=82,6%, foi também o que teve menor índice de divulgação nesse setor econômico; o que pode ter advindo da atividade desempenhada pela organização no meio em que está inserida; uma vez que nem todas possuíam aspectos que se relacionavam a esse indicador.

Assim, considera-se o resultado de ID=96,8% como o índice médio geral de divulgação com o resultado de (ID=96,8%), destacando-se, como já mencionado anteriormente, como o maior resultado para o índice médio, em relação a todos os outros 8 (oito) setores econômicos anteriormente analisados; classificando-o como capacidade informacional “alta” – a mesma categoria adquirida por todos os 9 (nove) setores econômicos analisados no capital natural. Essa classificação será demonstrada nas Tabelas 14 e 15.

Comparando-se os resultados dos indicadores do capital natural com a pesquisa de Castro (2015), em que o indicador com maior resultado para o índice de divulgação foi o de “resíduos reciclados”, neste estudo, foi o indicador de “investimento em proteção ambiental”. Já o indicador com menor índice de divulgação na pesquisa de Castro foi o de “animais adquiridos para testes”; este se repete no presente estudo em 6 (seis) dos 9 (nove) setores analisados.

Por fim, na Tabela 14, são demonstrados os resultados dos índices médios de divulgação dos indicadores do capital natural para cada setor econômico analisado, destacando os seguintes resultados, conforme já foi mencionado em cada análise setorial em separado anteriormente.

Tabela 14 - Índice Médio de Divulgação por Setor

Setores Econômicos	ID Médio (2014-2018)
(1) Consumo Cíclico	0,90
(2) Consumo Não Cíclico	0,94
(3) Energia	0,93
(4) Financeiro	0,85
(5) Industrial	0,93
(6) Material Básico	0,90
(7) Saúde	0,93
(8) Tecnologia e Serv. Telecomunicações	0,88
(9) Utilidade Pública	0,97

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Assim, observa-se, na Tabela 14, que o setor econômico (9) utilidade pública, foi o que obteve maior resultado com relação ao índice médio de divulgação de todos os setores econômicos de acordo com os 5 (cinco) anos analisados; uma vez que a maioria dos resultados foi acima de 90%. Nota-se que apenas dois setores econômicos – (4) financeiro e (8) tecnologia e serviços de telecomunicações – obtiveram resultados que se referiam ao índice médio de divulgação por setor abaixo de 90%, correspondendo, respectivamente, a 85% e 88%.

Na Tabela 15, é demonstrada a classificação de acordo com o resultado do índice médio de divulgação dos setores analisados. É a etapa em que se classifica o nível de divulgação das organizações a partir dos resultados alcançados anteriormente. Essa classificação pode ser distribuída em 4 (quatro) resultados.

Tabela 15 - Classificação do Nível de Divulgação

Níveis	ID	Empresas	Escala do Nível
Nível 1	0,75 – 1,00	163	Alta
Nível 2	0,50 – 0,75		Moderada Alta
Nível 3	0,25 – 0,50		Moderada Baixa
Nível 4	0,00 – 0,25		Baixa

Fonte: dados da pesquisa (2019).

De acordo com os resultados do índice médio de divulgação de todos os setores econômicos analisados, observa-se que todos eles e, conseqüentemente, todas as empresas analisadas estão enquadradas no Nível 1 (um) de aderência; o que se considera como uma escala do nível classificada como “alta”; ou seja, as organizações, no período de tempo determinado para a pesquisa (2014 - 2018), estavam divulgando de forma voluntária, em uma escala “alta”, as informações em seus relatórios organizacionais no que se refere aos indicadores-chave de desempenho do capital natural.

Dessa forma, os resultados alcançados nesta pesquisa diferenciam-se dos resultados referentes à pesquisa de Castro (2015) – em que os índices médios de divulgação do capital natural das empresas analisadas se classificaram de maneira proporcional em todos os Níveis (1 - 4) –, diversificando o quantitativo de empresas correspondente a cada nível, com maior quantitativo de empresas no Nível 2.

Os resultados dessas pesquisas podem diferir um pouco de acordo com o quantitativo de organizações analisadas, o período de tempo, a base de dados selecionada e a mineração de dados utilizada para tais procedimentos. Esses resultados foram diferenciados, mesmo que se utilizando os mesmos capitais do RI, uma vez que, nesta pesquisa, todas as empresas foram classificadas no Nível 1 de divulgação.

4.2.2 Capital Humano

Como capital humano, consideram-se as competências, habilidades e experiências das pessoas e suas motivações para inovar dentro e fora da organização. Ele se potencializa de acordo com as boas práticas de gestão de pessoas: treinamentos; aperfeiçoamento de competências; e investimento em aprendizado contínuo. É desenvolvido frequentemente nas organizações e no meio em que estas estão inseridas.

Na Tabela 16, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital humano de acordo com os 11 (onze) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico de consumo cíclico, o qual era composto por 17 (dezesete) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores com o período.

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de empregados	100	94,1	100	94,1	93,8	96,4
2. Diversidade	100	100	100	100	100	100
3. O investimento total em treinamento	100	100	100	100	100	100
4. Empregados em aprendizagem eletrônica corporativa	100	100	100	100	100	100
5. Média de idade	100	82,4	88,2	88,2	94,1	90,58
6. Média de dias de formação por empregado	40	35,3	23,5	27,4	31,3	31,5
7. Resultados da pesquisa com empregado	100	100	100	100	100	100
8. Lesões por milhão de horas trabalhadas	66,7	58,8	76,5	70,6	75	69,52
9. Taxa de absentismo	86,7	70,6	82,4	82,4	93,8	83,18
10. Taxa de demissão	86,7	76,5	88,2	94,1	87,5	86,6
11. Relação de salário mínimo	73,3	82,4	88,2	100	87,5	86,28
TOTAL	86,7	81,8	80,1	87,0	87,5	85,8

Fonte: dados da pesquisa (2019).

De acordo com os indicadores-chave de desempenho do setor econômico consumo cíclico, 4 (quatro) indicadores se destacaram com o percentual máximo de divulgação, que é o ID=100%: “diversidade”, “investimento total em treinamento”, “empregados em aprendizagem eletrônica corporativa”, e “resultados da pesquisa com empregado”. E o indicador com menor resultado foi o de “média de dias de formação por empregado” que correspondeu ao ID=31,5%.

Desse modo, de acordo com todos os 11 (onze) indicadores não financeiros que compõem o capital humano, durante a análise temporal realizada, o índice médio de divulgação do setor de consumo cíclico foi de 85,8%. Com esse resultado, esse setor econômico se enquadrou no nível 1 (um) de divulgação, que se classifica como “alta”. Este será descrito ao final da análise de todos os indicadores desse setor econômico.

Na Tabela 17, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital humano de acordo com os 11 (onze) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico de consumo não cíclico, o qual era composto por 13 (treze) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 17 - Índice de Divulgação do Setor – (2) Consumo Não Cíclico

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de empregados	91,7	100	100	100	100	98,34
2. Diversidade	100	100	100	100	100	100
3. O investimento total em treinamento	100	100	100	100	92,3	98,46
4. Empregados em aprendizagem eletrônica corporativa	100	100	100	100	100	100
5. Média de idade	91,7	91,7	100	100	92,3	95,14
6. Média de dias de formação por empregado	25	33,3	27,3	27,3	23,1	27,2
7. Resultados da pesquisa com empregado	91,7	100	100	100	100	98,34
8. Lesões por milhão de horas trabalhadas	66,7	33,3	72,7	72,7	76,9	64,46
9. Taxa de absentismo	58,3	58,3	63,6	63,6	76,9	64,14
10. Taxa de demissão	75	83,3	90,9	90,9	84,6	84,94
11. Relação de salário mínimo	75	83,3	100	90,9	100	89,84
TOTAL	79,6	80,3	86,8	85,9	86,0	83,7

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Diferente do setor anteriormente mencionado (consumo cíclico), no setor econômico de consumo não cíclico, em referência ao resultado do índice de divulgação dos 11 (onze) indicadores não financeiros do capital humano, observou-se que apenas dois indicadores obtiveram o resultado máximo no índice de divulgação, correspondendo ao ID=100%: “diversidade” e “empregados em aprendizagem eletrônica corporativa”.

Dessa forma, pode-se observar que, nesses 2 (dois) setores econômicos analisados de acordo com os indicadores do capital humano, todas as empresas que o compõem tiveram o

interesse de informar, em seus relatórios organizacionais, na forma de divulgação voluntária, as palavras chave/relacionadas/*checklist*, que englobam esses 2 (dois) indicadores que obtiveram o resultado de ID=100%.

O indicador com menor resultado do índice foi o mesmo do setor anteriormente mencionado (consumo cíclico), que se refere ao indicador “média de dias de formação por empregado”, com ID=27,2%. Dessa forma, o índice médio de divulgação total do setor econômico de consumo não cíclico teve como resultado o ID=83,7%, sendo considerando, também, com a classificação no nível de divulgação como “alta”.

Na Tabela 18, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital humano conforme os seus 11 (onze) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico de energia, o qual era composto por 9 (nove) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo como período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 18 - Índice de Divulgação do Setor – (3) Energia

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de empregados	100	100	100	100	100	100
2. Diversidade	100	100	100	100	100	100
3. O investimento total em treinamento	100	100	100	100	100	100
4. Empregados em aprendizagem eletrônica corporativa	100	100	100	100	100	100
5. Média de idade	87,5	87,5	87,5	100	100	92,5
6. Média de dias de formação por empregado	62,5	62,5	100	87,5	75	77,5
7. Resultados da pesquisa com empregado	100	100	100	100	100	100
8. Lesões por milhão de horas trabalhadas	100	100	100	100	100	100
9. Taxa de absentismo	100	100	100	100	100	100
10. Taxa de demissão	100	100	100	100	100	100
11. Relação de salário mínimo	100	100	100	100	100	100
TOTAL	95,5	95,5	98,9	98,9	97,7	97,3

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor econômico de energia, dos 11 (onze) indicadores não financeiros que compõem o capital humano, de acordo com o resultado do índice de divulgação, 9 (nove) obtiveram o resultado máximo do ID, que é de 100%. Dessa forma, a maioria das empresas que compõem esse setor divulgou de forma voluntária informações sobre esses indicadores nos seus relatórios em todos os anos analisados, destacando de alguma forma as palavras chave/relacionadas/*checklist* utilizadas para esta pesquisa.

Sendo assim, apenas 2 (dois) indicadores tiveram resultados diferentes de 100%: “média de idade”, com 92,5%; e “média de dias de formação por empregado”, com 77,5%. O último indicador continua a se repetir como o que possuiu o menor índice desde o primeiro setor econômico analisado para o capital humano.

A partir desses resultados, o índice médio de divulgação total das organizações de acordo com o período da análise (2014 - 2018) foi de ID=97,3%; o que se considera, de acordo com a classificação do nível de divulgação, como “alta”. Corresponde também ao setor com a maior média de índice até o momento da análise.

Na Tabela 19, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital humano conforme os 11 (onze) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico financeiro, o qual era composto por 31 (trinta e uma) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo como período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 19 - Índice de Divulgação do Setor – (4) Financeiro

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de empregados	100	100	100	96,7	100	99,34
2. Diversidade	100	100	100	96,7	100	99,34
3. O investimento total em treinamento	92,6	100	100	96,7	100	97,86
4. Empregados em aprendizagem eletrônica corporativa	100	100	100	100	100	100
5. Média de idade	85,2	89,7	90,3	86,7	87,1	87,8
6. Média de dias de formação por empregado	29,6	34,5	35,5	23,3	25,8	29,74
7. Resultados da pesquisa com empregado	96,3	100	100	100	96,8	98,62
8. Lesões por milhão de horas trabalhadas	74,1	65,5	61,3	60	67,7	65,72
9. Taxa de absentismo	85,2	93,1	87,1	76,7	87,1	85,84
10. Taxa de demissão	88,9	96,6	93,5	86,7	93,5	91,84
11. Relação de salário mínimo	85,2	86,2	80,6	73,3	87,1	82,48
TOTAL	85,2	87,8	86,2	81,5	85,9	85,3

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor financeiro, apenas o indicador “empregados em aprendizagem eletrônica corporativa” teve o resultado máximo que é do ID=100%. Em segundo lugar, com relação aos resultados dos índices de divulgação, encontram-se dois indicadores cujos resultados são de 99,34%: “número de empregados” e “diversidade”.

Já o indicador com menor resultado, com ID=29,74%, é o de “média de dias de formação por empregado”, que se repete como sendo o menor resultado para o índice de divulgação em todos os setores econômicos anteriormente analisados de acordo com os indicadores do capital humano.

Dessa forma, conforme a análise dos 11 (onze) indicadores, o índice médio de divulgação total do setor financeiro de acordo com os anos analisados (2014 - 2018) foi de 85,3%; o que corresponde, de acordo com o nível de divulgação, à classificação considerada como “alta”. Esta será classificada e analisada ao final da descrição de todos os indicadores.

Na Tabela 20, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital humano de acordo com os 11 (onze) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente

o setor econômico industrial, o qual era composto por 36 (trinta e seis) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores com o período.

Tabela 20 - Índice de Divulgação do Setor – (5) Industrial

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de empregados	97,1	94,7	100	100	91,9	96,74
2. Diversidade	97,1	100	100	100	94,6	98,34
3. O investimento total em treinamento	97,1	97,4	94,7	97,2	94,6	96,2
4. Empregados em aprendizagem eletrônica corporativa	100	100	100	100	100	100
5. Média de idade	75,3	78,9	76,3	91,7	81,1	80,66
6. Média de dias de formação por empregado	17,6	28,9	18,4	33,3	35,1	26,66
7. Resultados da pesquisa com empregado	97,1	97,4	97,4	100	100	98,38
8. Lesões por milhão de horas trabalhadas	76,5	81,6	73,7	83,3	83,8	79,78
9. Taxa de absentismo	70,6	76,3	86,8	91,7	78,4	80,76
10. Taxa de demissão	79,4	86,8	84,2	80,6	73	80,8
11. Relação de salário mínimo	79,4	86,8	89,5	86,1	81,1	84,58
TOTAL	80,7	84,4	83,7	87,6	83,1	83,9

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor econômico industrial, como em todos os setores já analisados, o indicador “empregados em aprendizagem eletrônica corporativa” obteve o resultado máximo para o índice de divulgação durante os anos analisados, ou seja, ID=100%. Nesse setor, foi o único indicador com esse resultado máximo. Outros 2 (dois) indicadores também obtiveram destaque com os maiores resultados: “resultados da pesquisa com empregado”, cujo resultado foi ID=98,38%; e “diversidade”, com ID=98,34%.

Destacando-se com menor resultado de índice de acordo com os 11 (onze) indicadores analisados, tem-se o indicador do capital humano “média de dias de formação por empregado”, com 26,66%; o que se repetiu até o momento em todos os outros setores econômicos já analisados.

Por fim, como índice médio de divulgação, tem-se o resultado de ID=83,9%; a partir das informações que estavam sendo inseridas nos relatórios das organizações durante o período analisado; o que corresponde, na classificação posterior, ao nível de divulgação “alta”.

Na Tabela 21, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital humano conforme os 11 (onze) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico de material básico, o qual é composto por 14 (quatorze) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo como período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 21 - Índice de Divulgação do Setor – (6) Material Básico

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de empregados	100	91,7	92,3	100	100	96,8
2. Diversidade	100	91,7	100	100	100	98,34
3. O investimento total em treinamento	91,7	91,7	92,3	92,3	91,7	91,94
4. Empregados em aprendizagem eletrônica corporativa	100	100	100	100	100	100
5. Média de idade	83,3	75	76,9	84,6	83,3	80,62
6. Média de dias de formação por empregado	25	41,7	46,2	30,8	50	38,74
7. Resultados da pesquisa com empregado	100	91,7	100	100	100	98,34
8. Lesões por milhão de horas trabalhadas	83,3	91,7	92,3	84,6	83,3	87,04
9. Taxa de absentismo	75	66,7	69,2	84,6	100	79,1
10. Taxa de demissão	83,3	91,7	76,9	69,2	91,7	82,56
11. Relação de salário mínimo	91,7	91,7	100	100	100	96,68
TOTAL	84,8	84,1	86,0	86,0	90,9	86,4

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor econômico de material básico, assim como nos outros setores mencionados anteriormente, o indicador “empregados em aprendizagem eletrônica corporativa” obteve o resultado máximo para o índice de divulgação: 100%. Os outros dois indicadores que também obtiveram os maiores resultados foram: “diversidade” e “resultados da pesquisa com empregado”, ambos com o resultado do ID=98,34%.

Sendo assim, os 3 (três) maiores resultados, no que se refere ao setor econômico de material básico, conforme todos os 11 (onze) indicadores do capital humano, igualaram-se com o resultado do setor econômico anteriormente analisado – o industrial. As empresas que compunham esse setor buscaram, através de seus relatórios organizacionais, incluir informações que se destacaram através das palavras chave/relacionadas/*checklist* analisadas para esta pesquisa.

Já o indicador que teve o menor índice de divulgação nos anos analisados foi o de “média de dias de formação por empregado”, com ID=38,74%, que corresponde ao menor resultado de divulgação entre os outros indicadores. Foi igualmente sinalizado como menor resultado também em todos os setores já analisados para o capital humano. Dessa forma, o índice médio de divulgação do setor econômico de material básico foi de 86,4%; o que corresponde a um nível de divulgação que tem a classificação “alta” devido às informações que estavam sendo divulgadas de maneira voluntária em relatórios organizacionais.

Na Tabela 22, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital humano de acordo com os 11 (onze) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico de saúde, o qual era composto por 12 (doze) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo como período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 22 - Índice de Divulgação do Setor – (7) Saúde

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de empregados	100	100	91,7	100	100	98,34
2. Diversidade	100	100	100	100	100	100
3. O investimento total em treinamento	100	100	91,7	100	100	98,34
4. Empregados em aprendizagem eletrônica corporativa	100	100	100	100	100	100
5. Média de idade	100	100	91,7	100	91,7	96,68
6. Média de dias de formação por empregado	27,3	41,7	25	25	25	28,8
7. Resultados da pesquisa com empregado	100	100	91,7	100	100	98,34
8. Lesões por milhão de horas trabalhadas	81,8	75	75	75	75	76,36
9. Taxa de absentismo	81,8	83,3	75	91,7	83,3	83,02
10. Taxa de demissão	100	100	83,3	100	100	96,66
11. Relação de salário mínimo	90,9	75	91,7	100	91,7	89,86
TOTAL	89,3	88,6	83,3	90,2	87,9	87,9

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor econômico da saúde, 2 (dois) indicadores do capital humano tiveram o resultado máximo referente ao ID=100%: “diversidade” e “empregados em aprendizagem eletrônica corporativa”. Em segundo lugar, empataram outros 3 (três) indicadores: “número de empregados”, “o investimento em total de treinamento” e “resultados da pesquisa com empregado”, todos com o resultado de ID=98,34%.

Dessa forma, considera-se que, no período temporal analisado, esses indicadores foram os que mais se destacaram devido às informações inseridas de forma voluntária, nos relatórios empresariais, pelas empresas que compunham esse setor econômico.

O indicador com menor índice de divulgação continua a ser a “média de dias de formação por empregado”, com (28,8%), que se repetiu em todos os setores econômicos analisados anteriormente. Assim, incluindo todos os outros indicadores e os anos analisados, o índice médio de divulgação total do setor de saúde corresponde a ID=87,9%; o que posteriormente se classificará como nível de divulgação “alta”.

Na Tabela 23, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital humano de acordo com os 11 (onze) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico de tecnologia e serviços de telecomunicações, o qual era composto por 22 (vinte e duas) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 23 - Índice de Divulgação do Setor – (8) Tecnologia e Serv. Telecomunicações

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de empregados	94,1	100	100	95	95,5	96,92
2. Diversidade	100	100	100	95	100	99
3. O investimento total em treinamento	88,2	94,4	94,4	90	100	93,4
4. Empregados em aprendizagem eletrônica corporativa	100	100	100	100	100	100
5. Média de idade	88,2	88,9	100	90	95,5	92,52

6. Média de dias de formação por empregado	11,8	27,8	33,3	25	22,7	24,12
7. Resultados da pesquisa com empregado	100	100	100	100	100	100
8. Lesões por milhão de horas trabalhadas	35,3	50	55,6	50	54,5	49,08
9. Taxa de absentismo	58,8	66,7	77,8	65	68,2	67,3
10. Taxa de demissão	70,6	88,9	88,9	75	86,4	81,96
11. Relação de salário mínimo	64,7	77,8	83,3	75	81,8	76,52
TOTAL	73,8	81,3	84,8	78,2	82,2	80,1

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor de tecnologia e serviços de telecomunicações, 2 (dois) indicadores se destacaram com o resultado máximo para o índice, que corresponde a 100%: “empregados em aprendizagem eletrônica corporativa” e “resultados da pesquisa com empregado”. Em segundo lugar, no que se refere aos maiores resultados dos índices, o indicador “número de empregados” obteve ID=96,92%. Já o menor resultado referente às divulgações nos relatórios organizacionais continua a ser o indicador “média de dias de formação por empregado”, com ID=24,12%.

Sendo assim, o índice médio de divulgação geral corresponde a 80,1%; o que, ainda assim, classifica o setor de tecnologia e serviços de telecomunicações no nível de divulgação “alta”. Dessa forma, destaca-se esse setor pelo menor resultado para o índice médio de divulgação total dentre os outros setores do capital humano já analisados.

Na Tabela 24, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital humano de acordo com os 11 (onze) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico de utilidade pública, que era composto por 9 (nove) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo como período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 24 - Índice de Divulgação do Setor – (9) Utilidade Pública

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de empregados;	100	100	100	100	100	100
2. Diversidade;	100	100	100	87,5	100	97,5
3. O investimento total em treinamento;	100	100	100	100	100	100
4. Empregados em aprendizagem eletrônica corporativa;	100	100	100	100	100	100
5. Média de idade;	100	100	100	87,5	88,9	95,28
6. Média de dias de formação por empregado;	71,4	28,6	87,5	37,5	55,6	56,12
7. Resultados da pesquisa com empregado;	100	100	100	100	100	100
8. Lesões por milhão de horas trabalhadas;	100	100	100	87,5	100	97,5
9. Taxa de absentismo;	100	100	100	87,5	100	97,5
10. Taxa de demissão;	100	100	100	87,5	100	97,5
11. Relação de salário mínimo;	71,4	71,4	87,5	87,5	88,9	81,34
TOTAL	94,8	90,9	97,7	87,5	93,9	93,0

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor de utilidade pública, 4 (quatro) indicadores obtiveram o resultado máximo de ID, que é 100%: “número de empregados”, “o investimento total em treinamento”, “empregados em aprendizagem eletrônica corporativa” e “resultados da pesquisa com empregado”. Já o indicador que teve o menor índice de divulgação se refere à “média de dias de formação por empregado” com o resultado de ID correspondente a 56,12%.

Dessa forma, o índice médio de divulgação total do setor econômico de utilidade pública, durante os 5 (cinco) anos analisados, corresponde a 93%. Esse resultado, de acordo com a classificação no nível de divulgação, corresponde à escala de nível “alta”. Essa classificação será posteriormente abordada na Tabela 26.

Comparando os resultados dos indicadores do capital natural com a pesquisa de Castro (2015), pode-se observar que, na pesquisa deste, o indicador com maior resultado para o índice de divulgação foi o “número de empregados”; e, no presente estudo, foi o indicador de “empregados em aprendizagem eletrônica corporativa”. Já o indicador com menor índice de divulgação, na pesquisa de Castro, foi o de “Lesões por milhão de horas trabalhadas”; e, nesta pesquisa, foi o indicador “Média de dias de formação por empregado”, com o menor resultado para o índice de divulgação nos 9 (nove) setores econômicos analisados.

Por fim, na Tabela 25, são demonstrados os resultados dos índices médios de divulgação dos indicadores do capital humano para cada setor econômico analisado, destacando os seguintes resultados, conforme já foi mencionado em cada análise setorial em separado.

Tabela 25 - Índice Médio de Divulgação por Setor

Setores Econômicos	ID Médio (2014-2018)
(1) Consumo Cíclico	0,85
(2) Consumo Não Cíclico	0,83
(3) Energia	0,97
(4) Financeiro	0,85
(5) Industrial	0,83
(6) Material Básico	0,86
(7) Saúde	0,87
(8) Tecnologia e Serv. Telecomunicações	0,80
(9) Utilidade Pública	0,93

Fonte: dados da pesquisa (2019).

De acordo com os resultados do índice médio de divulgação total referentes aos setores econômicos analisados, observa-se que todos eles obtiveram resultados de nível médio total a partir de 80%, destacando-se apenas 2 (dois) setores com resultados superiores a 90%: o de energia e o de utilidade pública. Diante desses resultados, de acordo com a análise temporal, todos os setores se classificaram, conforme seus resultados de ID, na escala com o nível “Alta”, como demonstra na Tabela 26.

Tabela 26 - Classificação do Nível de Divulgação

Níveis	ID	Empresas	Escala do Nível
Nível 1	0,75 – 1,00	163	Alta
Nível 2	0,50 – 0,75		Moderada Alta
Nível 3	0,25 – 0,50		Moderada Baixa
Nível 4	0,00 – 0,25		Baixa

Fonte: dados da pesquisa (2019).

De acordo com a Tabela 26, diante dos resultados do índice médio de divulgação de todos os setores econômicos analisados no período determinado para a pesquisa, a classificação do nível de divulgação das organizações está em escala “alta”, devido à divulgação de forma voluntária, em seus relatórios, das informações referentes aos indicadores não financeiros do capital humano.

Dessa forma, os resultados alcançados nesta pesquisa são diferentes dos resultados referentes à pesquisa de Castro (2015), em que os índices médios de divulgação do capital natural das empresas analisadas se classificaram de maneira proporcional em todos os Níveis (1 - 4), diversificando o quantitativo de empresas de acordo com o correspondente a cada nível, com maior quantitativo de empresas no Nível 3.

Os resultados dessas pesquisas podem diferir um pouco de acordo com o quantitativo de organizações analisadas, o período de tempo, a base de dados selecionada e a mineração de dados utilizada para tais procedimentos, os quais foram diferenciados, mesmo que utilizando os mesmos capitais do RI. Como resultado desta pesquisa, todas as empresas foram classificadas no Nível 1 de divulgação.

4.2.3 Capital Social e de Relacionamento

Considera-se, como capital social e de relacionamento, o relacionamento dentro da organização e desta com a sociedade em que está inserida. Dessa forma, direciona, às partes interessadas, o compartilhamento de ações e de informações para melhorar o bem-estar individual e coletivo de todos que fazem parte diretamente ou indiretamente da organização. Os resultados dos índices de divulgação são apresentados em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Na Tabela 27, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital social e de relacionamento de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico de consumo cíclico, o qual era composto por 17 (dezessete)

empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 27 - Índice de Divulgação do Setor – (1) Consumo Cíclico

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”	100	100	100	100	100	100
2. Número de voluntários	66,7	41,8	47,1	47,1	25	45,54
3. Reivindicações/ações trabalhistas	100	100	100	100	100	100
4. Envolvimento em ações sociais	100	100	100	100	100	100
5. Envolvimento em projetos culturais	100	94,1	100	100	100	98,82
6. Índice de satisfação do cliente	100	100	100	100	100	100
7. Provisão para projetos sociais	100	100	100	100	100	100
8. “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)	100	100	100	100	100	100
TOTAL	95,8	92,0	93,4	93,4	90,6	93,0

Fonte: dados da pesquisa (2019).

O primeiro setor econômico a ser descrito é o setor de consumo cíclico – observa-se o resultado máximo para o índice de divulgação de 100% em 6 (seis) dos 8 (oito) indicadores que compõem esse capital. Diferenciam-se do resultado máximo apenas 2 (dois) indicadores: “número de voluntários”, com o resultado de 45,54%; e “envolvimento em projetos culturais”, com 98,82%.

Assim, o índice médio de divulgação do setor de consumo cíclico, no período em que foi realizada a análise (2014 – 2018), corresponde ao resultado de ID=93%. Esse resultado se classifica, de acordo com o nível de divulgação, na escala “alta” no que se refere às divulgações das palavras chave/relacionadas/*checklist*, pesquisadas nos relatórios empresariais.

Na Tabela 28, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital social e de relacionamento de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico de consumo não cíclico, o qual era composto por 13 (treze) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 28 - Índice de Divulgação do Setor – (2) Consumo Não Cíclico

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”	100	100	100	100	100	100
2. Número de voluntários	25	16,7	18,2	27,3	23,1	22,06
3. Reivindicações/ações trabalhistas	100	100	100	100	100	100
4. Envolvimento em ações sociais	100	100	100	100	100	100
5. Envolvimento em projetos culturais	100	100	100	100	100	100
6. Índice de satisfação do cliente	100	100	100	100	100	100
7. Provisão para projetos sociais	100	100	100	100	100	100
8. “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)	100	100	100	100	100	100
TOTAL	90,6	89,6	89,8	90,9	90,4	90,3

Fonte: dados da pesquisa (2019).

O setor econômico de consumo não cíclico obteve o resultado máximo para o índice de divulgação, que é de 100%, em 7 (sete) dos 8 (oito) indicadores que compõem o capital social e de relacionamento. Dessa forma, apenas o indicador “número de voluntários” obteve o resultado abaixo de 100%, correspondendo ao ID=22,06%. Esse indicador se assemelha ao setor econômico anteriormente analisado, o de consumo cíclico, como sendo o resultado de menor índice.

Observa-se, portanto, um grande interesse das organizações que compõem o setor econômico de consumo não cíclico em divulgar de forma voluntária, em seus relatórios organizacionais, aspectos que se relacionavam com as palavras chave/relacionadas/*checklist* utilizadas para a análise desta pesquisa.

Assim, o resultado do índice médio de divulgação total relacionado a todos os indicadores nos anos analisados, foi um total de 90,3%, que corresponde à classificação do nível de divulgação na escala considerada como “alta”. Esta será mencionada ao final da análise de todos os setores econômicos de acordo com o capital social e de relacionamento.

Na Tabela 29, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital social e de relacionamento de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico de energia, o qual era composto por 9 (nove) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 29 - Índice de Divulgação do Setor – (3) Energia

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”	100	100	100	100	100	100
2. Número de voluntários	25	25	25	12,5	22,2	21,94
3. Reivindicações/ações trabalhistas	100	100	100	100	100	100
4. Envolvimento em ações sociais	100	100	100	100	100	100
5. Envolvimento em projetos culturais	100	100	100	100	100	100
6. Índice de satisfação do cliente	100	100	100	100	100	100
7. Provisão para projetos sociais	100	100	100	100	100	100
8. “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)	100	100	100	100	100	100
TOTAL	90,6	90,6	90,6	89,1	90,3	90,2

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Se comparado ao setor econômico anteriormente mencionado – consumo não cíclico –, no setor econômico de energia, o resultado se repete. Os indicadores que obtiveram os resultados máximos atingidos pelo índice foram os mesmos; da mesma forma, apenas 1 (um) indicador, que se refere a “número de voluntários”, obteve resultado menor que 100%; ou seja, 21,94%.

Observa-se, assim, que as organizações que compõem os setores econômicos de consumo não cíclico e de energia estavam incluindo de forma voluntária, em seus relatórios empresariais, informações que se referiam às palavras chave/relacionadas/*checklist* dos indicadores não financeiros que compõem o capital social e de relacionamento.

Sendo assim, o resultado para o índice médio de divulgação total desse setor corresponde a 90,2%, o que o classifica no nível de divulgação de escala “alta”, resultante das informações que estavam sendo divulgadas nos relatórios organizacionais.

Na Tabela 30, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital social e de relacionamento de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico financeiro, o qual era composto por 31 (trinta e uma) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 30 - Índice de Divulgação do Setor – (4) Financeiro

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”	100	100	100	100	100	100
2. Número de voluntários	59,3	48,3	48,4	36,7	38,7	46,28
3. Reivindicações/ações trabalhistas	100	100	100	96,7	100	99,34
4. Envolvimento em ações sociais	100	100	100	100	100	100
5. Envolvimento em projetos culturais	100	100	100	100	100	100
6. Índice de satisfação do cliente	100	100	100	93,3	100	98,66
7. Provisão para projetos sociais	100	100	100	100	100	100
8. “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)	100	100	100	100	100	100
TOTAL	94,9	93,5	93,6	90,8	92,3	93,0

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor econômico financeiro, os resultados diferem dos anteriormente mencionados, de maneira que apenas 5 (cinco) indicadores obtiveram o resultado máximo do índice: 100%. Dessa forma, 3 (três) indicadores tiveram os seguintes resultados: diferenciados de (100%), sendo eles: “número de voluntários”, 46,28%; “reivindicações/ações trabalhistas”, 99,34%; e “índice de satisfação do cliente”, 98,66%.

A partir dos resultados dos 8 (oito) indicadores que compõem o capital social e de relacionamento em todos os anos analisados, observa-se que o índice médio de divulgação total do setor econômico financeiro corresponde a 93%. Assim, no que se refere às informações que estavam sendo divulgadas de forma voluntária nos relatórios organizacionais, o setor se classificou, de acordo com a escala, como de nível “alta”.

Na Tabela 31, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital social e de relacionamento de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico industrial, que era composto por 36 (trinta e seis) empresas.

O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 31 - Índice de Divulgação do Setor – (5) Industrial

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”	100	100	100	100	100	100
2. Número de voluntários	26,5	28,9	34,2	27,8	18,9	27,26
3. Reivindicações/ações trabalhistas	97,1	100	100	100	100	99,42
4. Envolvimento em ações sociais	100	100	100	100	100	100
5. Envolvimento em projetos culturais	100	100	100	100	97,3	99,46
6. Índice de satisfação do cliente	97,1	100	100	100	100	99,42
7. Provisão para projetos sociais	100	100	100	100	100	100
8. “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)	100	100	100	100	100	100
TOTAL	90,1	91,1	91,8	91,0	89,5	90,7

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor econômico industrial, apenas 4 (quatro) dos 8 (oito) indicadores que compõem o capital social e de relacionamento obtiveram o resultado máximo do índice, que corresponde a 100%. Em segundo lugar, tem-se o indicador “envolvimento em projetos culturais”, que obteve 99,46%; em terceiro lugar, 2 (dois) indicadores obtiveram resultados equivalentes a 99,42%; e em quarto e último lugar, o indicador “número de voluntários” obteve o menor resultado, com o ID=27,26%, que se refere ao indicador que obteve o menor resultado também nos setores econômicos já analisados anteriormente.

Dessa forma, o índice médio de divulgação total do setor econômico industrial, no que se refere a todos os indicadores analisados em todos nos anos da amostra, corresponde a um total de ID=90,7% – um nível de divulgação que se classifica como “alta” em relação às informações inseridas nos relatórios empresariais das empresas analisadas.

Na Tabela 32, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital social e de relacionamento de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico de material básico, o qual era composto por 14 (quatorze) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 32 - Índice de Divulgação do Setor – (6) Material Básico

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”	91,7	100	92,3	100	100	96,8
2. Número de voluntários	25	16,7	23,1	15,4	33,3	22,7
3. Reivindicações/ações trabalhistas	100	100	100	100	100	100
4. Envolvimento em ações sociais	91,7	91,7	100	100	100	96,68
5. Envolvimento em projetos culturais	83,3	91,7	92,3	92,3	100	91,92
6. Índice de satisfação do cliente	100	91,7	100	100	100	98,34

7. Provisão para projetos sociais	91,7	91,7	100	100	100	96,68
8. “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)	100	100	100	100	100	100
TOTAL	85,4	85,4	88,5	88,5	91,7	87,9

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor de material básico, apenas 2 (dois) indicadores tiveram o resultado máximo do índice de divulgação, que é de (100%): “reivindicações/ações trabalhistas” e “investimento social” (dinheiro gasto em filantropia); o terceiro indicador com maior nível de divulgação foi o “índice de satisfação do cliente”, com 98,34%; e o indicador com menor nível de divulgação continua a ser o “número de voluntários”, com 22,7%.

Dessa forma, o índice médio de divulgação total, de acordo com os 8 (oito) indicadores analisados e o período temporal, tem um resultado corresponde a 87,9% – o menor até agora em relação aos setores econômicos anteriormente analisados. Mesmo diante desse resultado, o setor classifica-se como nível de divulgação “alta”, por causa da divulgação voluntária nos relatórios analisados.

Na Tabela 33, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital social e de relacionamento de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros, exclusivamente do setor econômico saúde, o qual é composto por 12 (doze) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores com o período.

Tabela 33 - Índice de Divulgação do Setor – (7) Saúde

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”	100	100	100	100	100	100
2. Número de voluntários	72,7	66,7	58,3	66,7	75	67,88
3. Reivindicações/ações trabalhistas	100	100	91,7	100	100	98,34
4. Envolvimento em ações sociais	100	100	91,7	100	100	98,34
5. Envolvimento em projetos culturais	100	100	91,7	100	100	98,34
6. Índice de satisfação do cliente	100	100	91,7	100	100	98,34
7. Provisão para projetos sociais	100	100	91,7	100	100	98,34
8. “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)	100	100	91,7	100	100	98,34
TOTAL	96,6	95,8	88,6	95,8	96,9	94,7

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor econômico de saúde, apenas um indicador do capital social e de relacionamento obteve o resultado máximo para o índice, ficando em primeiro lugar. Corresponde ao “ranking de excelente lugar para trabalhar”. Em segundo lugar, no que se refere à sequência de pontuação, 6 (seis) indicadores empataram com a pontuação do ID=98,34%. E, apenas 1 (um) indicador, que corresponde ao “número de voluntários”, ficou em último lugar com a menor pontuação: ID=67,88%.

Dessa forma, conforme a pontuação geral do índice médio de divulgação total, tem-se o ID=94,7%, o qual corresponde à classificação no nível de divulgação com escala correspondente a “alta”. Desse modo, vemos que as organizações componentes do setor econômico de saúde divulgaram de forma considerada “alta” as informações em análise, que se referem aos indicadores não financeiros desse capital.

Na Tabela 34, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital social e de relacionamento de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros, exclusivamente no setor econômico de tecnologia e serviços de telecomunicações, o qual era composto por 22 (vinte e duas) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em percentual e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 34 - Índice de Divulgação do Setor – (8) Tecnologia e Serv. Telecomunicações

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”	100	100	100	100	100	100
2. Número de voluntários	29,4	33,3	27,8	30	36,4	31,38
3. Reivindicações/ações trabalhistas	100	100	100	100	100	100
4. Envolvimento em ações sociais	100	100	100	100	100	100
5. Envolvimento em projetos culturais	88,2	94,4	94,4	95	100	94,4
6. Índice de satisfação do cliente	100	100	100	100	100	100
7. Provisão para projetos sociais	100	100	100	100	100	100
8. “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)	100	100	100	100	100	100
TOTAL	89,7	91,0	90,3	90,6	92,1	90,7

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor econômico de tecnologia e serviços de telecomunicação, dos 8 (oito) indicadores que compõem o capital social e de relacionamento, 6 (seis) obtiveram o resultado máximo para o índice, que corresponde a 100%.

Com resultados diferentes, têm-se o indicador “envolvimento em projetos culturais”, com ID=94,4%; e o indicador “número de voluntários”, com o menor resultado: 31,38%, o qual se repetiu nessa posição nos outros setores econômicos já analisados nesse capital.

Assim, de acordo com os resultados descritos anteriormente, o índice médio de divulgação total no que se refere aos indicadores e ao período analisado corresponde ao resultado 90,7%, que, de acordo com a classificação no nível de divulgação, se enquadra na escala de nível “alta”; a qual será mencionada após o término da análise dos setores.

Na Tabela 35, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital social e de relacionamento, de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico de utilidade pública, o qual era composto por 9 (nove) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual e, de

acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 35 - Índice de Divulgação do Setor – (9) Utilidade Pública

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”	100	100	100	100	100	100
2. Número de voluntários	85,7	85,7	75	75	55,6	75,4
3. Reivindicações/ações trabalhistas	100	100	100	100	100	100
4. Envolvimento em ações sociais	100	100	100	100	100	100
5. Envolvimento em projetos culturais	100	100	100	100	100	100
6. Índice de satisfação do cliente	100	100	100	100	100	100
7. Provisão para projetos sociais	100	100	100	100	100	100
8. “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)	100	100	100	100	100	100
TOTAL	98,2	98,2	96,9	96,9	94,5	96,9

Fonte: dados da pesquisa (2019).

O último setor econômico, o de utilidade pública, obteve a pontuação máxima que o índice pode ter –100% – em 7 (sete) dos 8 (oito) indicadores que compõem o capital social e de relacionamento. Resultado esse que é igual a outros 2 (dois) setores anteriormente analisados: consumo não cíclico e de energia.

Diante desses resultados, pode-se observar que as empresas que compõem estes 3 (três) setores econômicos – consumo não cíclico, energia e utilidade pública – buscaram, através de seus relatórios organizacionais, divulgar de forma voluntária informações que se referem às palavras chave/relacionadas/*checklist* utilizadas para esta pesquisa a fim de identificar as divulgações.

Não diferente de todos os setores econômicos já analisados, no capital social e de relacionamento, destaca-se o indicador “número de voluntários”, com ID=75,4%. Esse foi o indicador de menor resultado, diferindo-se dos demais. Considera-se, assim, que as empresas que compunham todos os 9 (nove) setores econômicos não tendiam a divulgar, em seus relatórios organizacionais, as palavras chave/relacionadas/*checklist*, que se referem a esse indicador do capital social e de relacionamento.

Dessa forma, o índice médio de divulgação total de todos os indicadores, em todos os anos analisados, corresponde ao ID=96,9%; resultado que se classifica, de acordo com o nível de divulgação, como “alta”; o que será posteriormente abordado de acordo com os resultados obtidos por todos os setores econômicos analisados.

Comparando-se os resultados dos indicadores do capital humano com os da pesquisa de Castro (2015), pode-se observar que, nela, o indicador com maior resultado para o índice de divulgação foi o de “envolvimento em ações sociais”. Também no presente estudo, esse indicador obteve o maior resultado referente ao índice, em 8 (oito) dos 9 (nove) setores

econômicos analisados. Já o indicador com menor índice de divulgação na pesquisa de Castro foi o de “ranking de Excelente lugar para trabalhar”; enquanto, nesta pesquisa foi o indicador “número de voluntários”, com o menor resultado para o índice de divulgação em todos os setores econômicos analisados.

Por fim, na Tabela 36, são demonstrados os resultados dos índices médios de divulgação dos indicadores do capital social e de relacionamento, para cada setor econômico analisado, destacando-se os seguintes resultados, conforme já foi mencionado em cada análise setorial em separado.

Tabela 36 - Índice Médio de Divulgação por Setor

Setores Econômicos	ID Médio (2014-2018)
(1) Consumo Cíclico	0,93
(2) Consumo Não Cíclico	0,90
(3) Energia	0,90
(4) Financeiro	0,93
(5) Industrial	0,90
(6) Material Básico	0,87
(7) Saúde	0,94
(8) Tecnologia e Serv. Telecomunicações	0,90
(9) Utilidade Pública	0,96

Fonte: dados da pesquisa (2019).

De acordo com o resultado total do índice médio de divulgação de todos os setores econômicos analisados em relação aos indicadores do capital social e de relacionamento, tem-se que a maioria dos setores tiveram resultados acima de 0,90; e que apenas o setor econômico de material básico teve, como resultado para o índice médio de divulgação, 0,87. Mesmo assim, todas as empresas continuam a se enquadrar na classificação do nível de divulgação na escala “alta”, que será demonstrado na Tabela 37.

Tabela 37 - classificação do Nível de Divulgação

Níveis	ID	Empresas	Escala do Nível
Nível 1	0,75 – 1,00	163	Alta
Nível 2	0,50 – 0,75		Moderada Alta
Nível 3	0,25 – 0,50		Moderada Baixa
Nível 4	0,00 – 0,25		Baixa

Fonte: dados da pesquisa (2019).

De acordo com os resultados apresentados na Tabela 37, observa-se que todas as organizações que compõem os 9 (nove) setores econômicos analisados estão classificadas, de acordo com os resultados do índice médio de divulgação total, no nível 1; o que se considera como uma escala de nível “alta”. Esse resultado destaca que as organizações, de acordo com seus setores, divulgaram, nos relatórios empresariais durante o período da análise, as

informações de forma voluntária, as quais, de acordo com a estrutura do *framework* do RI, compõem os indicadores do capital social e de relacionamento.

Dessa forma, os resultados alcançados nesta pesquisa diferem dos referentes à pesquisa de Castro (2015), onde os índices médios de divulgação do capital social e de relacionamento das empresas analisadas se classificaram de maneira proporcional em todos os Níveis (1 - 4), diversificando o quantitativo de empresas de acordo com o correspondente a cada nível, o maior quantitativo de empresas está no Nível 3.

Os resultados dessas pesquisas podem diferir um pouco de acordo com o quantitativo de organizações analisadas, o período de tempo, a base de dados selecionada e a mineração de dados utilizada para tais procedimentos. Esses resultados foram diferenciados, mesmo que utilizando os mesmos capitais do RI. Assim, tem-se, como resultado desta pesquisa, todas as empresas classificadas no Nível 1 de divulgação.

4.2.4 Capital Intelectual

O capital intelectual é composto por informações baseadas no conhecimento necessário ao desenvolvimento de novos produtos e novas tecnologias que possam vir a agilizar o desenvolvimento organizacional.

Na Tabela 38, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital intelectual de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico de consumo cíclico, o qual era composto por 17 (dezessete) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 38 - Índice de Divulgação do Setor – (1) Consumo Cíclico

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de pedidos de patente depositados	26,7	35,3	35,3	35,3	37,5	34,02
2. Dinheiro gasto em P&D	100	100	100	100	100	100
3. Número de testes com nova tecnologia	60	64,7	64,7	82,4	87,5	71,86
4. Reconhecimento da marca	100	100	100	100	100	100
5. Número de novos produtos desenvolvidos	100	100	100	100	100	100
6. Despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização	100	100	100	100	100	100
7. Despesas com desenvolvimento de <i>softwares</i> para sistemas internos	100	100	100	100	100	100
8. Vendas geradas por produtos derivados de P&D	100	100	100	100	100	100
TOTAL	85,8	87,5	87,5	89,7	90,6	88,2

Fonte: dados da pesquisa (2019).

O primeiro setor analisado no capital intelectual foi o de consumo cíclico. Esse capital é composto por 8 (oito) indicadores; destes, 6 (seis) obtiveram o resultado máximo no que se refere ao índice de divulgação, que é de 100%. Já os outros 2 (dois) indicadores correspondem a “número de testes com nova tecnologia”, com 71,86%, e “número de pedidos de patente depositados”, com o menor índice de divulgação desse setor, que corresponde a 34,02%.

Dessa forma, o índice de divulgação total do setor econômico de consumo cíclico, que corresponde aos seus indicadores e aos anos analisados, teve como resultado o ID=88,2%, que, de acordo com a classificação no nível de divulgação, corresponde à escala “alta”, devido à divulgação das informações em grande quantidade nos relatórios empresariais. Destaca-se o aumento de informações no que se refere à média de cada ano analisado.

Na Tabela 39, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital intelectual de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico de consumo não cíclico, o qual era composto por 13 (treze) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 39 - Índice de Divulgação do Setor – (2) Consumo Não Cíclico

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de pedidos de patente depositados	33,3	25	36,4	36,4	30,8	32,38
2. Dinheiro gasto em P&D	100	100	100	100	100	100
3. Número de testes com nova tecnologia	83,3	75	81,8	100	84,6	84,94
4. Reconhecimento da marca	100	100	100	100	100	100
5. Número de novos produtos desenvolvidos	100	100	100	100	100	100
6. Despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização	100	100	100	100	100	100
7. Despesas com desenvolvimento de <i>softwares</i> para sistemas internos	100	100	100	100	100	100
8. Vendas geradas por produtos derivados de P&D	100	100	100	100	100	100
TOTAL	89,6	87,5	89,8	92,1	89,4	89,7

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor de consumo não cíclico, repetiram-se os 6 (seis) indicadores com o resultado máximo – ID=100% –, correspondendo ao índice de divulgação de acordo com o período analisado. Já o indicador “número de testes com nova tecnologia” obteve 84,94%; e o “número de pedidos de patente depositados” obteve o menor índice de divulgação deste setor, que corresponde ao ID=32,38%.

Destaca-se que, se comparado com o setor anteriormente analisado, as organizações que compunham o setor de consumo cíclico buscaram divulgar de forma voluntária, em todos os relatórios, pelo menos uma das palavras chave/relacionada/*checklist*, em 6 (seis) indicadores,

obtendo resultado máximo. Já em relação aos outros dois indicadores, houve empresas que, em seus relatórios, não divulgaram ao menos 1 (uma) informação relacionada a eles.

Assim, como resultado do índice médio de divulgação de todos os indicadores do capital intelectual durante os anos analisados, tem-se o ID=89,7%. Essa classificação para o nível de divulgação é considerada na escala “alta”, comprovando que as empresas divulgaram em seus relatórios empresariais um bom quantitativo de informações que se referiam aos indicadores desse capital.

Na Tabela 40, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital intelectual de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico de energia, o qual era composto por 9 (nove) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 40 - Índice de Divulgação do Setor – (3) Energia

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de pedidos de patente depositados	37,5	50	50	37,5	66,7	48,34
2. Dinheiro gasto em P&D	100	100	87,5	100	100	97,5
3. Número de testes com nova tecnologia	100	100	87,5	100	100	97,5
4. Reconhecimento da marca	100	87,5	87,5	100	100	95
5. Número de novos produtos desenvolvidos	100	100	87,5	100	100	97,5
6. Despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização	100	100	87,5	100	100	97,5
7. Despesas com desenvolvimento de <i>softwares</i> para sistemas internos	100	100	100	100	100	100
8. Vendas geradas por produtos derivados de P&D	100	100	87,5	100	100	97,5
TOTAL	92,2	92,2	84,4	92,2	95,8	91,3

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor econômico de energia, apenas o indicador “despesas com desenvolvimento de *softwares* para sistemas internos” obteve o resultado máximo do índice de divulgação:100%. Em segundo lugar, com uma pontuação também expressiva de ID=97,5%, houve 5 (cinco) indicadores dos 8 (oito) que compõem o capital intelectual.

Assim, os outros 2 (dois) indicadores que diferem desses resultados mencionados anteriormente são: “reconhecimento da marca”, com ID=95%, e “número de pedidos de patente depositados”, com ID=48,34%.

Portando, o índice médio de divulgação total, que se refere a todos os indicadores em todos os anos analisados, foi de 91,3%. Essa classificação do nível de divulgação se encontra no nível 1 da escala de informação, considerada como “alta”, a qual será posteriormente

abordada. Até o momento, esse foi o setor econômico com o maior resultado para o índice médio de divulgação entre os já analisados anteriormente.

Na Tabela 41, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital intelectual de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico financeiro, o qual era composto por 31 (trinta e uma) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 41 - Índice de Divulgação do Setor – (4) Financeiro

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de pedidos de patente depositados	7,4	6,9	6,4	0	6,5	5,44
2. Dinheiro gasto em P&D	96,3	100	100	100	100	99,26
3. Número de testes com nova tecnologia	74,1	69	71	63,3	80,6	71,6
4. Reconhecimento da marca	96,3	100	96,8	96,7	96,8	97,32
5. Número de novos produtos desenvolvidos	100	100	100	100	100	100
6. Despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização	100	100	100	100	100	100
7. Despesas com desenvolvimento de softwares para sistemas internos	100	100	100	100	100	100
8. Vendas geradas por produtos derivados de P&D	100	100	100	100	100	100
TOTAL	84,3	84,3	84,3	82,5	85,5	84,2

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Dos 8 (oito) indicadores que compõem o capital intelectual do setor econômico financeiro, 4 (quatro) obtiveram o resultado máximo para o índice de divulgação, que corresponde a 100%. Já o indicador “dinheiro gasto em P&D”, com ID=99,26%, ficou no segundo lugar.

O indicador com o menor resultado de divulgação de acordo com índice de todo o período analisado, foi “número de pedidos de patente depositados”, com resultado de apenas 5,44%. Esse indicador se repetiu como o menor resultado para o ID em todos os setores econômicos anteriormente analisados no capital intelectual.

Em relação ao índice médio de divulgação total, o qual se refere a todos os indicadores do capital intelectual e a todo o período analisado, tem-se como resultado o ID=84,2%, que se classifica como nível de divulgação 1 (um) e de escala considerada “alta”. Esta será demonstrada posteriormente.

Na Tabela 42, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital intelectual de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico industrial, o qual era composto por 36 (trinta e seis) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período

analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 42 - Índice de Divulgação do Setor – (5) Industrial

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de pedidos de patente depositados	26,5	28,9	31,6	25	27	27,8
2. Dinheiro gasto em P&D	100	100	100	100	97,3	99,46
3. Número de testes com nova tecnologia	76,5	73,7	68,4	66,7	67,6	70,58
4. Reconhecimento da marca	94,1	97,4	97,4	100	94,6	96,7
5. Número de novos produtos desenvolvidos	100	100	100	100	100	100
6. Despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização	100	100	100	100	100	100
7. Despesas com desenvolvimento de softwares para sistemas internos	100	100	100	100	100	100
8. Vendas geradas por produtos derivados de P&D	100	100	100	100	97,3	99,46
TOTAL	87,1	87,5	87,2	86,5	85,5	86,8

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor econômico industrial, 3 (três) indicadores, dos 8 (oito) que compõem o capital intelectual, tiveram o resultado máximo – 100% – do índice de divulgação de acordo com os anos analisados. Em segundo lugar, de acordo com a sequência dos maiores resultados, houve 2 (dois) indicadores com 99,46%: “dinheiro gasto em P&D” e “vendas geradas por produtos derivados de P&D”.

Já o indicador com menor índice de divulgação do setor foi “número de pedidos de patente depositados”, com 27,8%. Esse resultado se repetiu em todos os outros setores do capital intelectual anteriormente analisados. Observa-se, assim, que as organizações não buscam divulgar de forma voluntária, em seus relatórios organizacionais, muitas informações que se referem a esse indicador do capital intelectual.

Dessa forma, o índice médio de divulgação de acordo com todos os indicadores e todos os anos analisados foi de 86,8%; o que corresponde ao nível 1 (um) de divulgação, e classifica-se na escala “alta”, uma vez que as empresas divulgam, em seus relatórios empresariais, uma grande quantidade de informações que se referem aos indicadores do capital intelectual no geral.

Na Tabela 43, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital intelectual de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico de material básico, o qual era composto por 14 (quatorze) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 43 - Índice de Divulgação do Setor – (6) Material Básico

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de pedidos de patente depositados	41,7	41,7	38,5	30,8	33,3	37,2
2. Dinheiro gasto em P&D	100	100	100	100	100	100
3. Número de testes com nova tecnologia	75	75	76,9	76,9	91,7	79,1
4. Reconhecimento da marca	100	91,7	100	100	91,7	96,68
5. Número de novos produtos desenvolvidos	100	100	100	100	100	100
6. Despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização	100	100	100	100	100	100
7. Despesas com desenvolvimento de softwares para sistemas internos	100	100	100	100	100	100
8. Vendas geradas por produtos derivados de P&D	100	100	100	100	100	100
TOTAL	89,6	88,6	89,4	88,5	89,6	89,1

Fonte: dados da pesquisa (2019).

O setor econômico de material básico teve o ID máximo – 100% –, como resultado para o índice de divulgação, que se referiu a 5 (cinco) indicadores dos 8 (oito) que compõem o capital intelectual. O segundo indicador com maior resultado refere-se ao “reconhecimento da marca”, com 96,68%; e o indicador com menor resultado se refere ao “número de pedidos de patente depositados”, com o resultado de 37,2% para o índice de divulgação.

Dessa forma, o resultado do índice médio de divulgação que se refere a todos os indicadores analisados em todo o período temporal é de ID=89,1%. Esse resultado, de acordo com o nível de classificação, está enquadrado no nível 1 de uma escala considerada “alta”, indicando que as empresas divulgaram as informações desses indicadores nos relatórios empresariais.

Na Tabela 44, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital intelectual de acordo com 8 (oito) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico de saúde, o qual era composto por 12 (doze) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 44 - Índice de Divulgação do Setor – (7) Saúde

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de pedidos de patente depositados	100	100	91,7	83,3	91,7	93,34
2. Dinheiro gasto em P&D	100	100	100	100	100	100
3. Número de testes com nova tecnologia	100	91,7	83,3	100	75	90
4. Reconhecimento da marca	100	100	91,7	91,7	100	96,68
5. Número de novos produtos desenvolvidos	100	100	100	100	100	100
6. Despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização	100	100	91,7	100	100	98,34
7. Despesas com desenvolvimento de softwares para sistemas internos	100	100	91,7	100	100	98,34
8. Vendas geradas por produtos derivados de P&D	100	100	100	100	100	100
TOTAL	100	99,0	93,8	96,9	95,8	97,1

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor econômico de saúde, 3 (três) indicadores dos 8 (oito) que compõem o capital intelectual obtiveram o resultado máximo do índice de divulgação, que corresponde a 100%. Em segundo lugar, 2 (dois) indicadores obtiveram o resultado de 98,34% para o índice médio de divulgação de acordo com os anos analisados.

Nesse setor econômico, tem-se o indicador “número de testes com nova tecnologia” com o menor índice de divulgação: o ID=90%. Aqui o resultado difere de todos os 6 (seis) setores econômicos já analisados anteriormente, nos quais o indicador com menor resultado para o índice deixa de ser o indicador “número de pedidos de patente depositados” e passa a ser o “número de testes com nova tecnologia”.

Essa diferença no resultado pode ter advindo da atividade executada pelo setor, uma vez que este passa a ter um maior interesse em divulgar de forma voluntária, em seus relatórios, um quantitativo maior de informações que se relacionam com as palavras chave/relacionadas/*checklist*, determinadas para cada indicador.

Dessa forma, de acordo com o índice médio de divulgação total do setor de saúde – 97,1% –, tem-se como resultado um nível de classificação 1, numa escala classificada como “alta”. Portanto, as informações sobre esses indicadores do capital intelectual estão bem inseridas nos relatórios empresariais das empresas analisadas. Destaca-se que, de acordo com os outros setores econômicos analisados anteriormente, esse setor econômico de saúde, corresponde ao maior resultado para o índice médio de divulgação total até o momento.

Na Tabela 45, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital intelectual de acordo com os seus 8 (oito) indicadores não financeiros. Analisou-se exclusivamente o setor econômico de tecnologia e serviços de telecomunicações, o qual era composto por 22 (vinte e duas) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se ao final o índice médio de divulgação, que se refere a divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 45 - Índice de Divulgação do Setor – (8) Tecnologia e Serv. Telecomunicações

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de pedidos de patente depositados	47,1	44,4	66,7	45	36,4	47,92
2. Dinheiro gasto em P&D	100	100	100	100	100	100
3. Número de testes com nova tecnologia	76,5	66,7	66,7	70	63,6	68,7
4. Reconhecimento da marca	94,1	100	100	100	100	98,82
5. Número de novos produtos desenvolvidos	100	100	100	100	100	100
6. Despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização	100	100	100	100	100	100
7. Despesas com desenvolvimento de softwares para sistemas internos	100	100	100	100	100	100
8. Vendas geradas por produtos derivados de P&D	100	100	100	100	100	100

TOTAL	89,7	88,9	91,7	89,4	87,5	89,4
--------------	------	------	------	------	------	-------------

Fonte: dados da pesquisa (2019).

No setor econômico de tecnologia e serviços de telecomunicações, 5 (cinco) dos 8 (oito) indicadores tiveram o resultado máximo do índice, que é de 100%. E o resultado que mais se aproximou do máximo foi o do o indicador “reconhecimento da marca”, com 98,82%.

No que se refere ao indicador com o menor índice de divulgação durante todo o período analisado, tem-se o “número de pedidos de patente depositados”, com 47,92%. Este foi o indicador com o menor resultado de ID, igual aos outros setores analisados – com exceção do setor de saúde, anteriormente analisado.

Dessa forma, de acordo com esses resultados descritos anteriormente, o índice médio de divulgação para todos os indicadores, em todos os anos analisados, corresponde a 89,4%. Esse resultado se classifica com um nível de divulgação 1 (um) e uma escala de nível considerada como “alta”, decorrentes das informações disponibilizadas nos relatórios empresariais analisados, correspondentes aos indicadores do capital intelectual.

Na Tabela 46, são apresentados os índices de divulgação que se referem ao capital intelectual de acordo com os 8 (oito) indicadores não financeiros. Foi analisado exclusivamente o setor econômico de utilidade pública, o qual era composto por 9 (nove) empresas. O resultado do índice de divulgação é apresentado em forma de percentual; e, de acordo com o período analisado, tem-se, ao final, o índice médio de divulgação, que se refere à divulgação média de todos os indicadores no período.

Tabela 46 - Índice de Divulgação do Setor – (9) Utilidade Pública

Indicadores/Anos	2014	2015	2016	2017	2018	TOTAL
1. Número de pedidos de patente depositados	42,9	28,6	25	12,5	0	21,8
2. Dinheiro gasto em P&D	100	100	100	100	100	100
3. Número de pedidos de patente depositados	71,4	71,4	87,5	100	88,9	83,84
4. Reconhecimento da marca	100	100	100	100	100	100
5. Número de novos produtos desenvolvidos	100	100	100	100	100	100
6. Despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização	100	100	100	100	100	100
7. Despesas com desenvolvimento de softwares para sistemas internos	100	100	100	100	100	100
8. Vendas geradas por produtos derivados de P&D	100	100	100	100	100	100
TOTAL	89,3	87,5	89,1	89,1	86,1	88,2

Fonte: dados da pesquisa (2019).

O setor econômico de utilidade pública teve como o resultado máximo do índice – 100% – em 6 (seis) dos 8 (oito) indicadores que compõem o capital intelectual. O outro indicador que mais se aproximou desse resultado máximo foi o “número de pedidos de patente depositados”, com ID=83,84%.

Por fim, o indicador com o menor resultado do índice de divulgação foi o “número de pedidos de patente depositados”, com 21,8%; confirmando, assim, que apenas no setor econômico de saúde esse indicador não foi considerado o de menor resultado para o índice.

Dessa forma, o índice médio de divulgação de todos os indicadores em todos os anos analisados corresponde a 88,2%, o qual, diante da classificação do nível de divulgação corresponde ao nível 1 (um); e a escala de nível, “alta”; demonstrando que as empresas analisadas divulgam de forma voluntária as informações referentes aos indicadores do capital intelectual.

Comparando os resultados dos indicadores do capital natural com a pesquisa de Castro (2015), pode-se observar que, em sua análise, o indicador com maior resultado para o índice de divulgação foi “reconhecimento da marca”; já no presente estudo, “número de novos produtos desenvolvidos”. Por outro lado, o indicador com menor índice de divulgação na pesquisa de Castro foi “vendas geradas por produtos derivados de P&D”; e, no presente estudo, “número de pedidos de patente depositados”, com o menor resultado para o índice de divulgação em 8 (oito) dos 9 (nove) setores analisados.

Por fim, na Tabela 47, são demonstrados os resultados dos índices médios de divulgação dos indicadores do capital intelectual para cada setor econômico analisado, destacando os seguintes resultados, conforme já foi mencionado em cada análise setorial em separado anteriormente.

Tabela 47 - Índice Médio de Divulgação por Setor

Setores Econômicos	ID Médio (2014-2018)
(1) Consumo Cíclico	0,88
(1) Consumo Não Cíclico	0,89
(2) Energia	0,91
(3) Financeiro	0,84
(4) Industrial	0,86
(5) Material Básico	0,89
(6) Saúde	0,97
(7) Tecnologia e Serv. Telecomunicações	0,89
(8) Utilidade Pública	0,88

Fonte: dados da pesquisa (2019).

De acordo com índice médio de divulgação de cada setor econômico analisado de acordo com todos os seus indicadores e período, tem-se que a maioria dos setores obteve resultados que se enquadram no percentual de 80%; e apenas 2 (dois) setores obtiveram resultados acima de 90%: o de energia e o de saúde. Dessa forma, na Tabela 48, é demonstrada a classificação de acordo com o nível de divulgação das empresas analisadas.

Tabela 48 - classificação do Nível de Divulgação

Níveis	ID	Empresas	Escala do Nível
Nível 1	0,75 – 1,00	163	Alta
Nível 2	0,50 – 0,75		Moderada Alta
Nível 3	0,25 – 0,50		Moderada Baixa
Nível 4	0,00 – 0,25		Baixa

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Desse modo, observa-se, com os resultados apresentados no índice médio de divulgação, que todas as empresas que tiveram seus relatórios analisados, no período determinado para o tempo da pesquisa, enquadram-se no nível de divulgação classificado no nível 1 e escala “alta”. Considera-se, pois, que, as empresas divulgaram de forma voluntária as informações que se referem aos indicadores do capital intelectual em seus relatórios organizacionais.

Dessa forma, os resultados alcançados nesta pesquisa diferem dos resultados referentes à pesquisa de Castro (2015), na qual os índices médios de divulgação do capital intelectual das empresas analisadas se classificaram de maneira proporcional em todos os Níveis (1 - 4), diversificando o quantitativo de empresas de acordo com o correspondente a cada nível, com maior quantitativo de empresas no Nível 4.

Os resultados dessas pesquisas podem diferir um pouco de acordo com o quantitativo de organizações analisadas, o período de tempo, a base de dados selecionada e a mineração de dados utilizada para tais procedimentos, os quais foram diferenciados, mesmo que utilizando os mesmos capitais do RI. Assim, tem-se, como resultado desta pesquisa, todas as empresas classificadas no Nível 1 de divulgação.

4.3 COMPARAÇÕES ENTRE SETORES

Na comparação entre os setores, foi realizada a análise inferencial para atender ao terceiro objetivo específico desta pesquisa – comparar os resultados dos diferentes capitais não financeiros considerando os setores econômicos analisados. Essa comparação foi realizada através do teste de significância e do teste de correlação de Kruskal-Wallis, de modo a comparar os setores a partir de todos os 34 (trinta e quatro) indicadores que compõem os capitais não financeiros do RI.

Inicialmente, utilizou-se o teste de significância para verificar se a distribuição de probabilidade associada ao conjunto de dados pode ser aproximada pela distribuição normal. Segue, na Tabela 49, o teste de significância de todos os capitais não financeiros analisados para esta pesquisa.

Tabela 49 - Análise da significância dos Capitais

Indicadores	p valor
Indicador (1) do Capital Natural	0,00
Indicador (2) do Capital Natural	0,00
Indicador (3) do Capital Natural	0,00
Indicador (4) do Capital Natural	0,00
Indicador (5) do Capital Natural	0,00
Indicador (6) do Capital Natural	0,00
Indicador (7) do Capital Natural	0,00
Indicador (1) do Capital Humano	0,00
Indicador (2) do Capital Humano	0,00
Indicador (3) do Capital Humano	0,00
Indicador (4) do Capital Humano	0,00
Indicador (5) do Capital Humano	0,00
Indicador (6) do Capital Humano	0,00
Indicador (7) do Capital Humano	0,00
Indicador (8) do Capital Humano	0,00
Indicador (9) do Capital Humano	0,00
Indicador (10) do Capital Humano	0,00
Indicador (11) do Capital Humano	0,00
Indicador (1) do Capital Social e de Relacionamento	0,00
Indicador (2) do Capital Social e de Relacionamento	0,00
Indicador (3) do Capital Social e de Relacionamento	0,00
Indicador (4) do Capital Social e de Relacionamento	0,00
Indicador (5) do Capital Social e de Relacionamento	0,00
Indicador (6) do Capital Social e de Relacionamento	0,00
Indicador (7) do Capital Social e de Relacionamento	0,00
Indicador (8) do Capital Social e de Relacionamento	0,00
Indicador (1) do Capital Intelectual	0,00
Indicador (2) do Capital Intelectual	0,00
Indicador (3) do Capital Intelectual	0,00
Indicador (4) do Capital Intelectual	0,00
Indicador (5) do Capital Intelectual	0,00
Indicador (6) do Capital Intelectual	0,00
Indicador (7) do Capital Intelectual	0,00
Indicador (8) do Capital Intelectual	0,00

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Diante dos resultados discriminados na Tabela 49, observou-se, através do teste, que não existe uma distribuição normal na amostra em geral de acordo com os 4 (quatro) capitais não financeiros analisados e seus indicadores, pois o p valor apresenta-se bem menor que 0,05, referindo-se ao nível de significância adotado, que foi de (5%); o que torna a amostra estatisticamente significativa, pela existência de valores significantes e diferentes que compõem todos os capitais não financeiros analisados. Um p valor abaixo de 0,05 indica que há indícios de que pelo menos duas populações possuem distribuições diferentes, ou seja, pelo menos uma difere das demais.

Após o teste de significância para a comparação dos resultados de acordo com os setores econômicos, utilizou-se o teste de Kruskal-Wallis, com o resultado em forma de *boxplot* para

uma melhor visualização e entendimento da divulgação de cada indicador analisado e seus respectivos totais conforme os relatórios e palavras chave/relacionadas/*checklist* utilizadas.

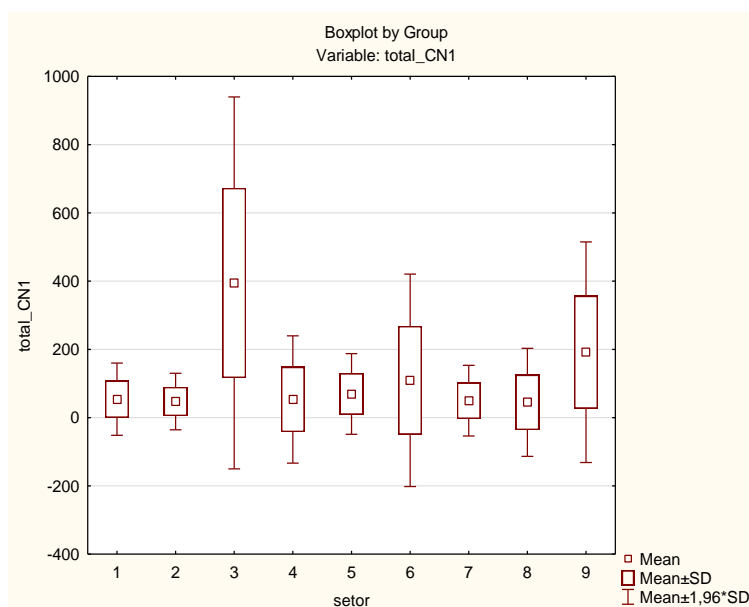
Os indicadores correspondem a 34 (trinta e quatro), proporcionais às classificações dos 4 (quatro) capitais não financeiros analisados. Os 9 (nove) setores econômicos seguem a seguinte classificação: (1) consumo cíclico; (2) consumo não cíclico; (3) energia; (4) financeiro; (5) industrial; (6) material básico; (7) saúde; (8) tecnologia e serviços de telecomunicações; e (9) utilidade pública.

Capital Natural

O primeiro capital não financeiro analisado foi o capital natural, que é composto por 7 (sete) indicadores.

No Gráfico 1, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao primeiro indicador do capital natural.

Gráfico 1 – Indicador (1) do Capital Natural



Fonte: dados da pesquisa (2019).

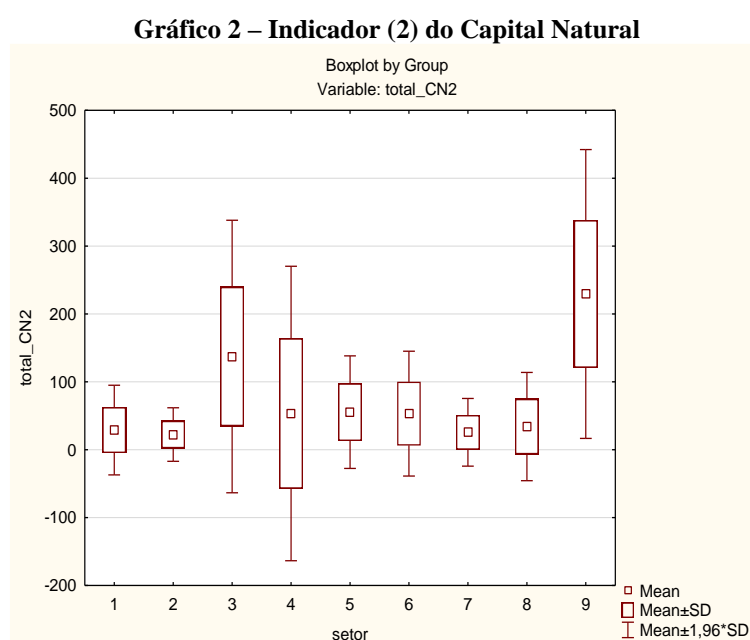
O primeiro indicador do capital natural corresponde a “emissões de CO₂”. Observam-se, no Gráfico 1, 3 (três) setores econômicos que obtiveram maiores destaques em referência à utilização das palavras chave/relacionadas/*checklist* pesquisadas nos relatórios empresariais: (3) energia, (6) material básico e (9) utilidade pública.

Destacam-se, assim, os setores econômicos com maiores médias, maiores desvios-padrão e os maiores limites (inferiores e superiores) de divulgações nos seus respectivos relatórios, no que se refere a esse indicador. Isso pode ter ocorrido devido às atividades empresariais desses grupos econômicos no meio em que estão inseridas e à preocupação das organizações em expor, em seus relatórios, informações – que compõem esse indicador – para as partes interessadas observarem seus dados relacionados ao meio natural e ambiental, que corresponde a “emissões de CO₂”.

Os setores econômicos que obtiveram as menores médias e as menores dispersões nesse indicador do capital natural foram 2 (dois): (2) consumo não cíclico e (7) saúde. Devido às atividades desempenhadas no meio em que as organizações estão inseridas, não foi detectado um elevado número de divulgação voluntária das palavras chave/relacionadas/*checklist* nos relatórios das organizações analisadas, as quais pertencem a esses setores econômicos.

Esse menor número de divulgações pode ter ocorrido pelo fato de a atividade empresarial desses 2 (dois) setores não emitir gases diretamente ao meio ambiente; desse modo, as empresas não se sentiam pressionadas a divulgarem de forma voluntária tais informações em seus relatórios.

No Gráfico 2, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao segundo indicador do capital natural.



O segundo indicador do capital natural corresponde ao “consumo de energia por fonte de energia”, no qual destacam-se os setores econômicos: (3) energia e (9) utilidade pública, com as maiores médias e maiores dispersões; o que demonstra a relação da atividade desempenhada com o interesse de divulgar nos relatórios organizacionais informações sobre esse assunto.

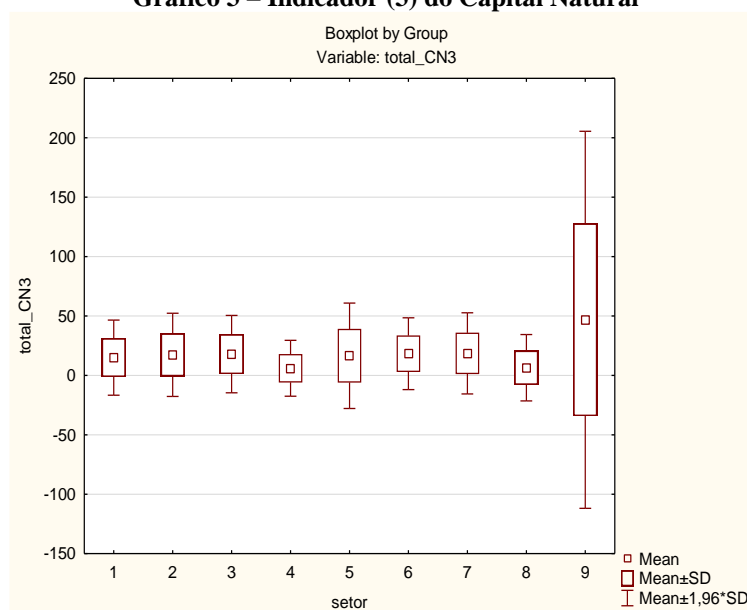
No setor de utilidade pública, estão relacionadas as atividades de fornecimento de produtos para as necessidades básicas da população, como: energia elétrica, gás natural, abastecimento de água. Da mesma forma acontece com outro setor em destaque – o de energia.

Percebe-se, com esses resultados, que as atividades desempenhadas afetam diretamente as informações que se referem a esse indicador, pois as empresas que o compunham tiveram o interesse em divulgar, de forma voluntária, informações referentes a ele, destacando-se diante dos outros setores demonstrados.

Assim, os resultados para esse indicador do capital natural têm maior significância para esses 2 (dois) setores econômicos, devido ao seu interesse de informar, às partes interessadas, a relação da sua atividade desempenhada com a sua preocupação com o meio em que estão inseridos. Destaca-se também o setor (4) financeiro, devido à dispersão dos seus limites (inferiores e superiores); porém sua média, de acordo com a divulgação, não foi tão significativa frente aos outros setores anteriormente mencionados.

Os setores com as menores médias, menores dispersões e limites (inferiores e superiores) foram os seguintes: (2) consumo não cíclico e (7) saúde; repetindo, dessa forma, o mesmo resultado do primeiro indicador (o anteriormente analisado). Observou-se que as empresas que compõem esses 2 (dois) setores econômicos não demonstraram interesse em divulgar de forma voluntária, em seus relatórios, informações que se referem à emissão de CO₂, uma vez que sua atividade desempenhada no meio ambiente, como consumo de energia, são assuntos interligados ao primeiro e segundo indicadores do capital natural analisados.

No Gráfico 3, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao terceiro indicador do capital natural.

Gráfico 3 – Indicador (3) do Capital Natural

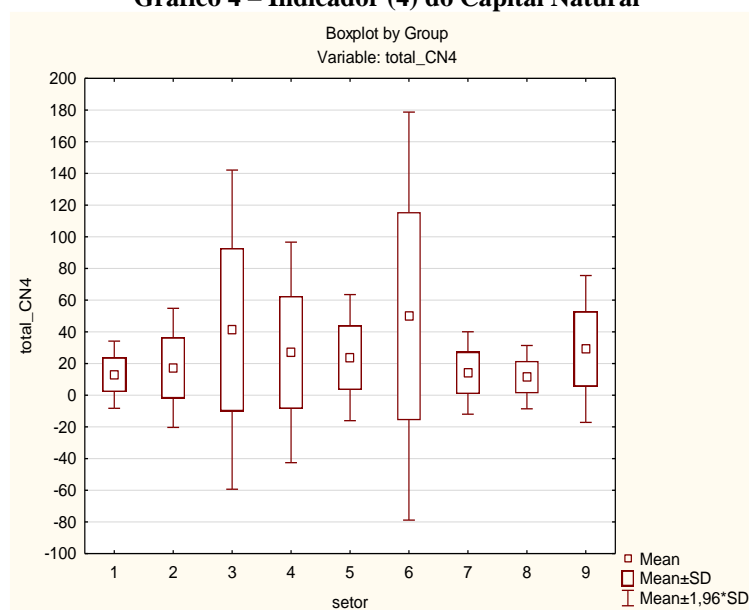
Fonte: dados da pesquisa (2019).

O terceiro indicador do capital natural corresponde à “quantidade de resíduos”. Nesse indicador, o único setor econômico que obteve maior destaque com a divulgação foi o setor (9) utilidade pública, com a maior média, dispersão, desvio padrão e limite (inferior e superior). Assim, pode-se observar um interesse significativo com relação à divulgação voluntária de informações nos relatórios empresariais, relacionada a esse indicador, dentre os outros setores analisados.

Esse resultado destaca-se dos demais pode advir das atividades desempenhadas pelas organizações que compõem esse setor econômico, uma vez que, para elas, era de grande interesse inserir, em seus relatórios organizacionais, informações que se referem às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem a esse indicador do capital natural.

Assim, pode-se observar também que as médias dos demais setores econômicos 8 (oito) ficaram próximas do total de 0 a 50 divulgações de acordo com as palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem a esse indicador. Destacam-se, assim, os setores com as menores médias: (4) financeiro e (8) tecnologia e serviços de telecomunicações. O setor (9) utilidade pública foi o único com resultado altamente significativo em relação à divulgação de informações que se referem a esse indicador do capital natural.

No Gráfico 4, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao quarto indicador do capital natural.

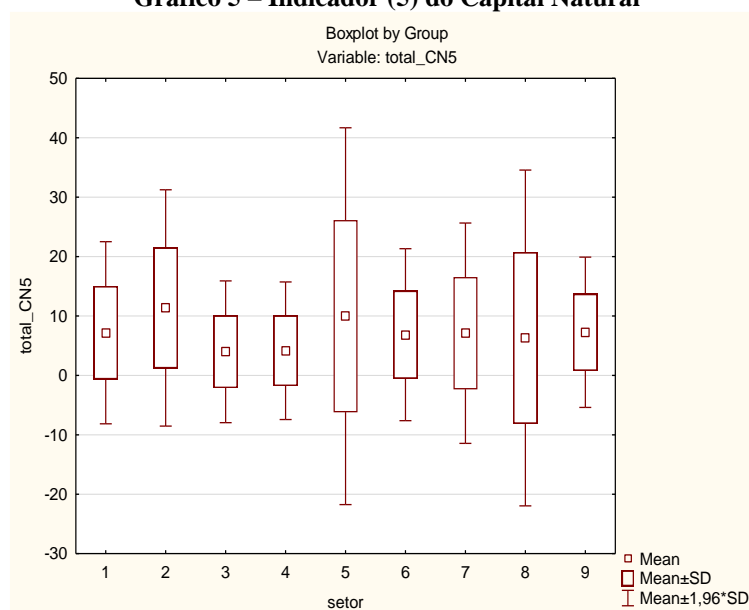
Gráfico 4 – Indicador (4) do Capital Natural

Fonte: dados da pesquisa (2019).

O quarto indicador do capital natural corresponde a “acidentes ambientais”. Nesse indicador, podem-se observar resultados significantes para 2 (dois) setores econômicos, que são: (3) energia e (6) material básico. Estes possuem resultados significativamente diferentes dos demais setores econômicos (média, desvio-padrão e os limites). Esse resultado pode ter ocorrido devido às atividades empresariais desempenhadas pelas organizações que compõem esses setores, as quais se interessaram em divulgar, às partes interessadas, as informações que se referem a esse indicador.

Os 2 (dois) setores econômicos com menores médias, desvios-padrão e menores limites (inferiores e superiores) foram os seguintes: (1) consumo cíclico e (8) tecnologia e serviços de telecomunicações. Esse resultado se deve às atividades desempenhadas por ambos os setores, uma vez que não existiu, por parte das empresas, o interesse em divulgar de forma voluntária, em seus relatórios, aspectos que se relacionam com as palavras chave/relacionadas/*checklist*, que compõem esse indicador do capital natural.

No Gráfico 5, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao quinto indicador do capital natural: “resíduos reciclados”.

Gráfico 5 – Indicador (5) do Capital Natural

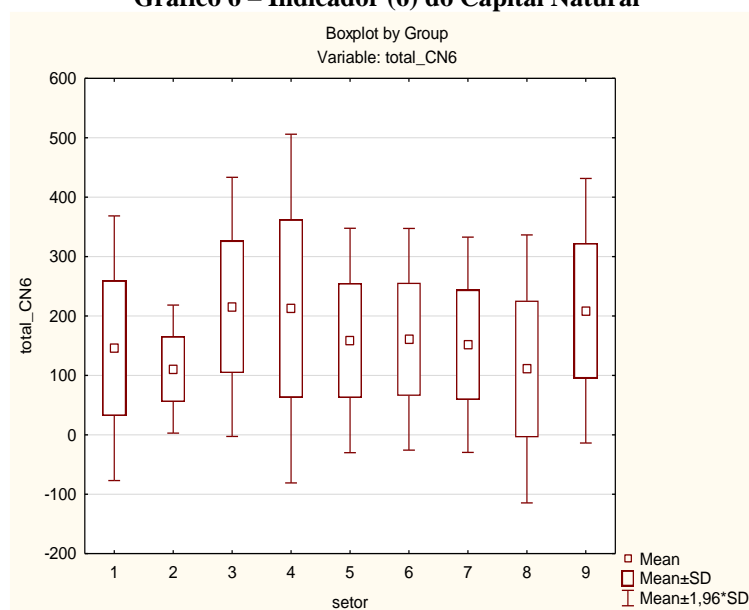
Fonte: dados da pesquisa (2019).

Nesse indicador, de acordo as médias apresentadas no Gráfico 5, os 2 (dois) setores econômicos que mais se destacaram foram: (2) consumo não cíclico e (5) industrial. Devido à atividade desempenhada pelas empresas, existe um interesse maior em divulgar, em seus relatórios organizacionais, informações que se referem a esse indicador.

O setor econômico (8) tecnologia e serviços de telecomunicações se destacou por sua dispersão e seus limites, porém, de acordo com a média de divulgação, não corresponde a um dos setores mais significantes desse indicador.

Já os setores (3) energia e (4) financeiro são os que apresentam menores médias, menores desvios-padrões e menores limites (inferiores e superiores), pelo fato de as organizações que o compõem não terem o interesse em divulgar de forma voluntária, para seus usuários, informações que se referem a esse indicador do capital natural, por causa da atividade desempenhada.

No Gráfico 6, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao sexto indicador do capital natural.

Gráfico 6 – Indicador (6) do Capital Natural

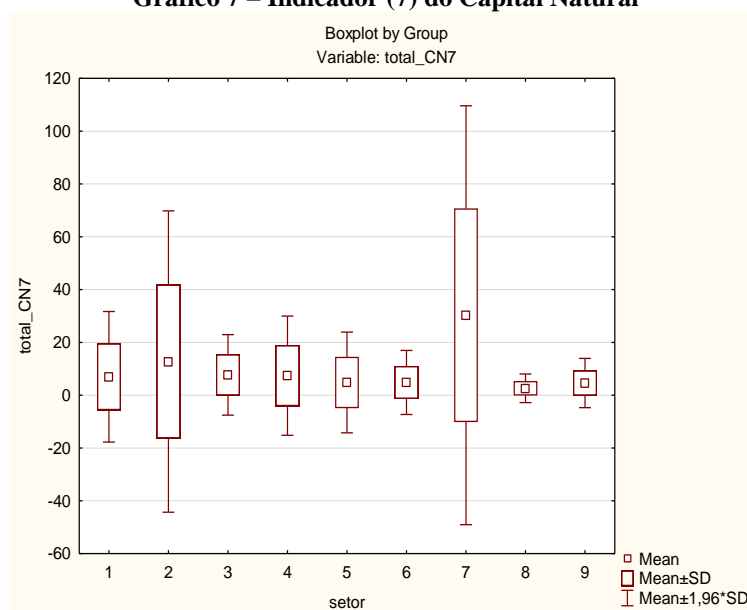
Fonte: dados da pesquisa (2019).

O sexto indicador do capital natural corresponde a “investimentos em proteção ambiental”. Nesse indicador, 3 (três) setores econômicos obtiveram as maiores médias correspondentes à divulgação dos relatórios organizacionais das empresas analisadas; foram eles: (3) energia, (4) financeiro e (9) utilidade pública.

Diferente dos resultados anteriormente analisados, observa-se a inserção do setor (4) financeiro nesse indicador, de modo a tornar seu resultado significativo, pois este ainda não tinha sido destaque dentre as maiores médias de divulgação relatadas anteriormente. Dessa forma, observa-se que esses 3 (três) setores econômicos estão interessados em divulgar, em seus relatórios empresariais, informações que se referem a esse indicador, de forma a obter um maior quantitativo de divulgação voluntária comparando-se aos outros setores.

No indicador “investimentos em proteção ambiental”, pode-se observar um diferencial de acordo com a dispersão dos dados. A grande maioria dos setores possui limites (inferiores e superiores) em grandes dispersões, alternando as informações das divulgações que foram analisadas. Apenas o setor (2) consumo não cíclico ficou com uma menor dispersão dos dados e uma das menores médias também, indicando que empresas que compõem esse setor divulgaram menos informações referentes a esse indicador analisado.

No Gráfico 7, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao sétimo indicador do capital natural.

Gráfico 7 – Indicador (7) do Capital Natural

Fonte: dados da pesquisa (2019).

O sétimo e último indicador que compõe o capital natural se refere ao de “animais adquiridos para testes”. Nesse indicador, 2 (dois) setores econômicos se destacam com as maiores médias: (2) consumo não cíclico e (7) saúde. Portanto as atividades desempenhadas por eles utilizaram informações que compõem esse indicador e, conseqüentemente, divulgaram em seus relatórios, por serem úteis às partes interessadas nessa temática.

De acordo com esse Gráfico, também pode-se destacar o setor econômico (8) tecnologia e serviços de telecomunicações, o qual obteve menor média, menor dispersão e menores limites (inferiores e superiores). Esse resultado é compatível com as atividades desenvolvidas no setor econômico (8) oito, pois estas não se relacionam com o interesse em divulgar informações que classificariam esse indicador do capital natural.

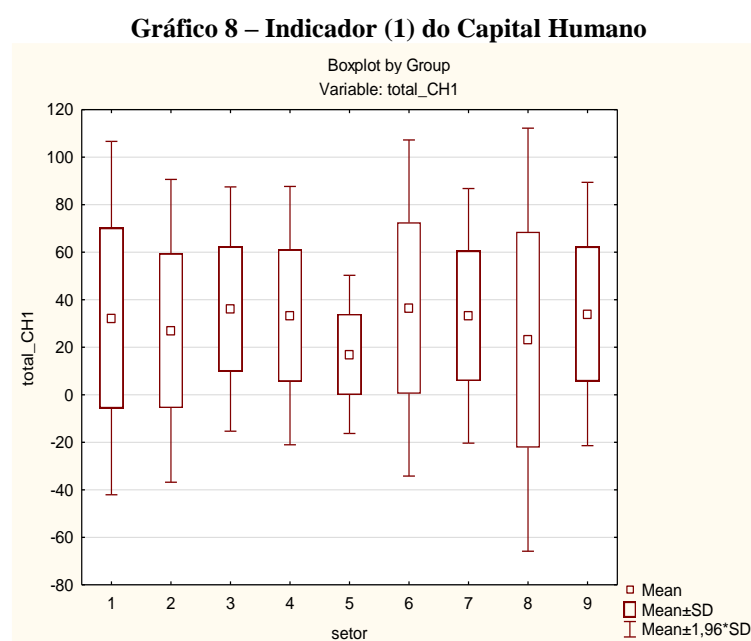
Por fim, no capital natural, observa-se que o setor econômico (3) energia foi o que mais se destacou de acordo com os indicadores que o compõem, apresentando uma das maiores médias em 4 (quatro) dos 7 (sete) indicadores do capital natural. Esse resultado deve ter sucedido da atividade empresarial desempenhada pelas organizações que compõem esse setor econômico, uma vez que era interessante divulgar, em seus relatórios, informações referentes aos indicadores desse capital.

Por outro lado, o setor econômico com a menor média de acordo com os indicadores do capital natural, foi o setor (8) tecnologia e serviços de telecomunicações, apresentando uma das menores médias em 4 (quatro) dos 7 (sete) indicadores que compõem.

Capital Humano

O segundo capital não financeiro analisado foi o capital humano, o qual é composto por 11 (onze) indicadores.

No Gráfico 8, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao primeiro indicador do capital humano: “número de empregados”.



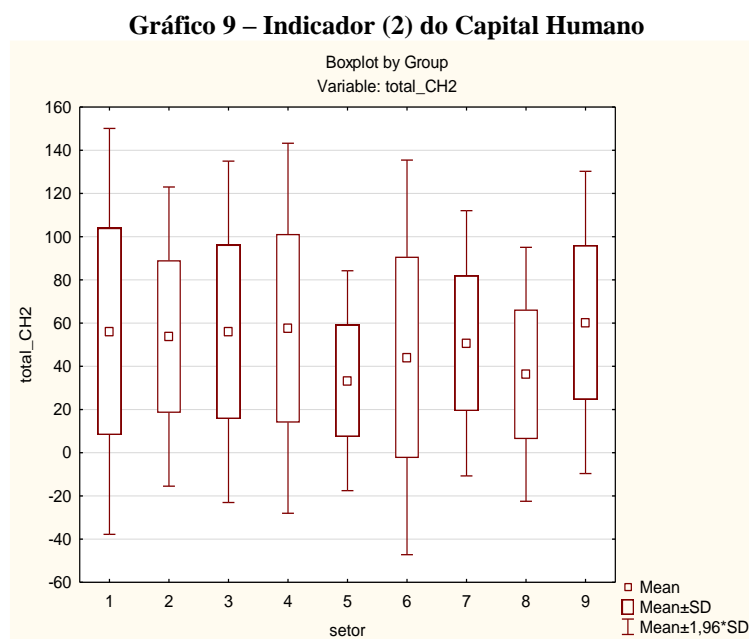
Fonte: dados da pesquisa (2019).

Observa-se, através das médias, que 2 (dois) setores obtiveram as maiores médias e dispersões: (3) energia e (6) material básico, de acordo com as divulgações nos relatórios empresariais dos 9 (nove) setores econômicos.

A maioria dos setores econômicos divulgou, em seus relatórios, um grande quantitativo de informações referentes a esse indicador; apenas o setor (5) industrial obteve a menor média, o menor desvio padrão e os menores limites (inferior e superior), no que se refere à divulgação de informações de forma voluntária, em seus relatórios empresariais, sobre esse indicador através das palavras chave/relacionadas/*checklist* utilizadas para tal identificação.

Esse resultado pode variar de acordo com o interesse das organizações em divulgar determinado assunto em seus relatórios; dessa forma, para determinadas organizações era interessante divulgar esse indicador, enquanto para outras não. Assim, o quantitativo e média podem alterar conforme os setores de acordo com a análise que foi realizada.

No Gráfico 9, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao segundo indicador do capital humano.

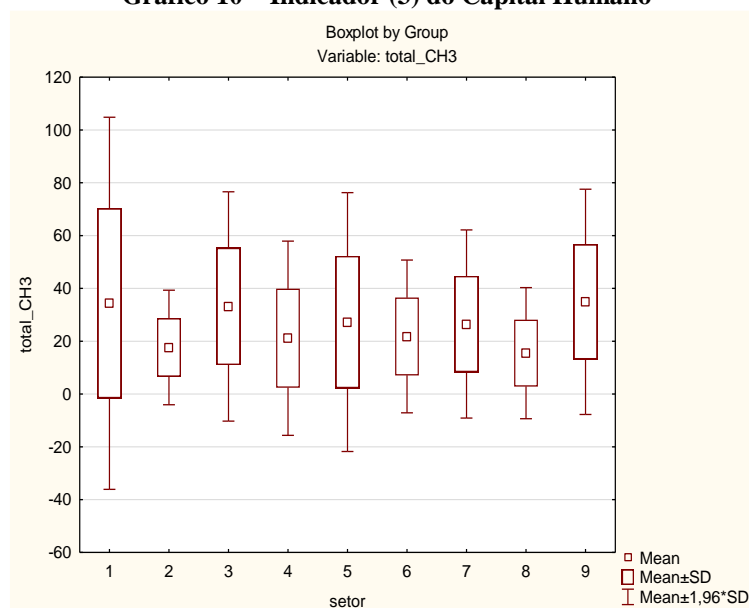


No segundo indicador do capital humano, que se refere a “diversidade”, observa-se que a maioria das empresas divulgou informações sobre este em seus relatórios empresariais, destacando-se, com as maiores médias, os setores: (1) consumo cíclico, (4) financeiro e (9) utilidade pública. Foram os setores que apresentaram mais divulgações em seus relatórios empresariais contendo as palavras chaves/relacionadas, referentes a esse indicador.

Pode-se observar que a maioria das organizações divulgou, em seus relatórios, informações que compreendem esse indicador. Estas podem estar relacionadas a: sexo, gênero, faixa etária, grau de instrução, etnia, religião, origem; ou seja, o que compõe a diversidade organizacional composta por seus integrantes. Observa-se também que apenas o setor econômico (5) industrial, igualmente como no indicador anterior analisado – “número de empregados” –, foi o setor econômico que apresentou menos informações de modo voluntário sobre esses 2 (dois) indicadores do capital humano, nos relatórios empresariais.

No Gráfico 10, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao terceiro indicador do capital humano.

Gráfico 10 – Indicador (3) do Capital Humano



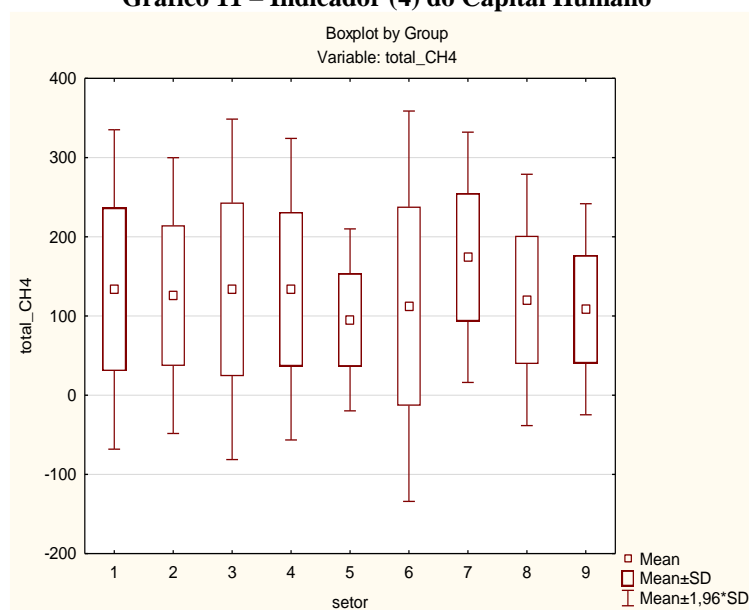
Fonte: dados da pesquisa (2019).

No terceiro indicador do capital humano, que corresponde a “investimento total em treinamento”, observa-se o destaque das maiores médias em 3 (três) setores econômicos: (1) consumo cíclico, (3) energia e (9) utilidade pública. Logo, as organizações que compõem esses setores se destacaram dentre outros no que concerne a divulgar, em seus relatórios, informações que se referem a esse indicador do capital humano.

Destaca-se também o setor econômico (5) industrial por sua dispersão, se comparada com os anteriormente mencionados. Mas, no que se refere à média, este não se apresenta com esse quantitativo maior.

Já o setor econômico que possui a menor média corresponde a (8) tecnologia e serviços de telecomunicações visto que, diante dos relatórios analisados, observou-se que as organizações não divulgaram de forma voluntária, em seus relatórios, informações que se relacionam com esse indicador.

No Gráfico 11, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos – que correspondem ao quarto indicador do capital humano –, de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*.

Gráfico 11 – Indicador (4) do Capital Humano

Fonte: dados da pesquisa (2019).

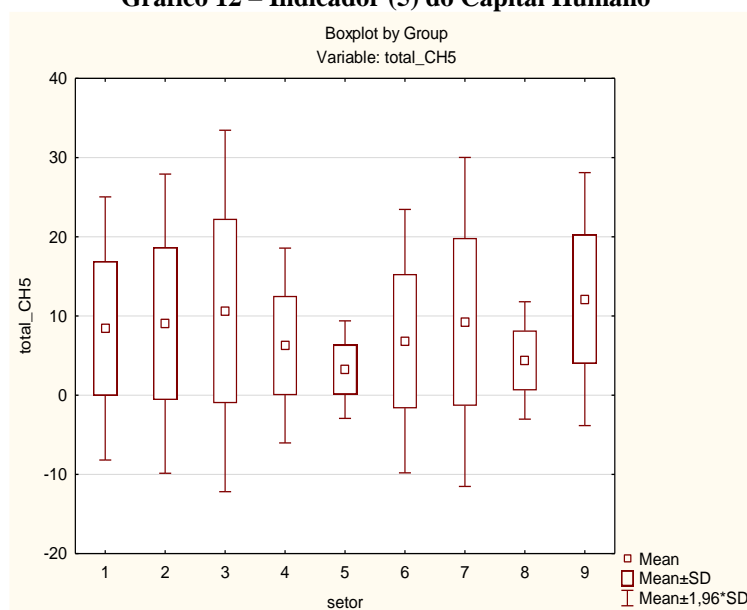
O quarto indicador do capital humano corresponde a “empregados em aprendizagem eletrônica corporativa”. Nesse indicador, pode-se observar uma grande variação das dispersões e das médias que ficaram bem próximas em alguns setores econômicos. A maior média de destaque foi do setor (7) saúde, porque a maioria das organizações divulgou, em seus relatórios, informações que se referem à capacitação – em forma de aprendizagem de maneira eletrônica – para os envolvidos na atividade organizacional.

Destaca-se também o setor (6) material básico, com a maior dispersão e maiores limites (inferiores e superiores), porém em relação à divulgação voluntária nos relatórios organizacionais, ele não possui a maior média.

O setor econômico (5) industrial destaca-se com a menor média, uma vez que a disponibilização de informações que compõem esse indicador nos relatórios empresariais é feita em menor quantidade que nos outros setores anteriormente mencionados e nos demais apresentados no Gráfico 11.

No Gráfico 12, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao quinto indicador do capital humano.

Gráfico 12 – Indicador (5) do Capital Humano



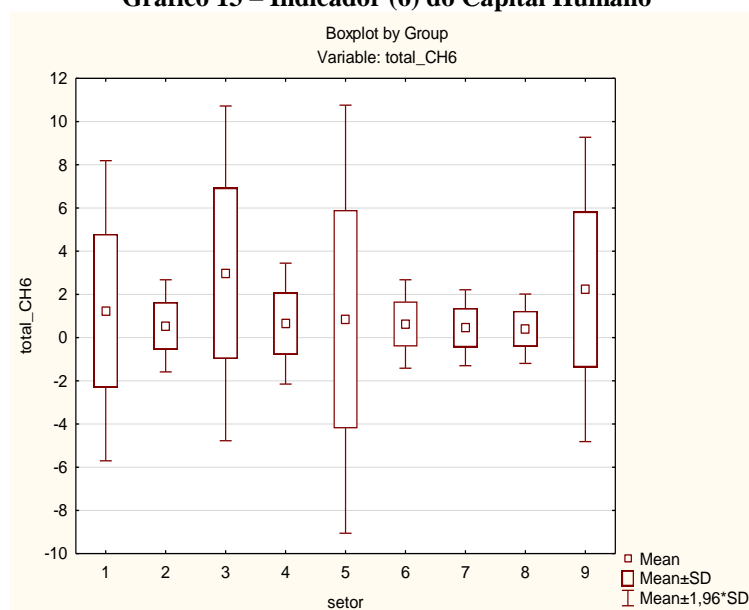
Fonte: dados da pesquisa (2019).

O quinto indicador do capital humano refere-se a “média de idade”. Este se destaca pelas informações sobre a faixa etária dos componentes das organizações, divulgadas em seus relatórios de modo voluntário. Assim, podem-se observar, com as maiores médias, os setores econômicos de (3) energia e (9) utilidade pública, uma vez que as organizações que os compunham divulgaram, de forma voluntária, maiores quantitativos de informações.

Destaca-se também, dentre os outros setores, o setor econômico (7) pela dispersão, por divulgar em seus relatórios organizacionais, informações que compõem as palavras chave/relacionadas/*checklist*; este, porém, não teve uma das maiores médias de divulgação.

Os setores com as menores médias, os menores desvios-padrão e os menores limites (inferiores e superiores) correspondem a (5) industrial e (8) tecnologia e serviços de telecomunicações, pelo fato de as empresas que compõem esses setores econômicos se destacarem significativamente pelas menores divulgações de forma voluntária de informações sobre esse indicador nos relatórios.

No Gráfico 13, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao sexto indicador do capital humano.

Gráfico 13 – Indicador (6) do Capital Humano

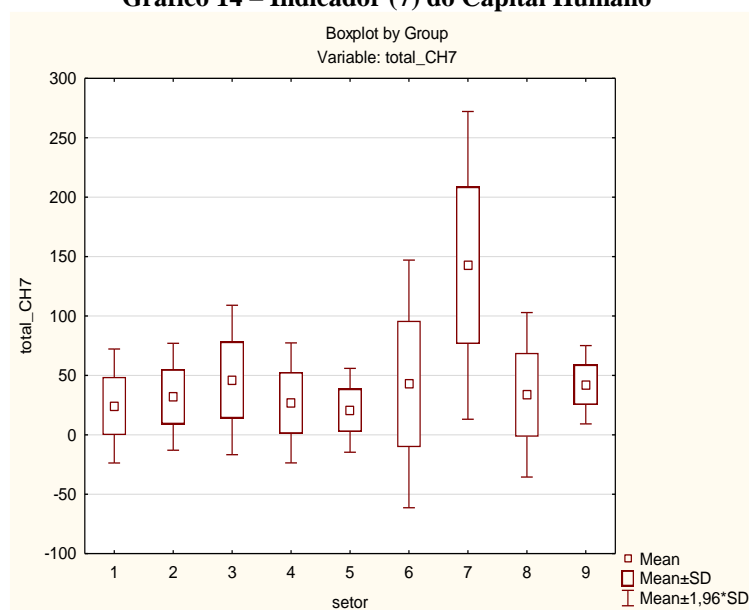
Fonte: dados da pesquisa (2019).

O sexto indicador do capital humano corresponde a “média de dias de formação por empregado”, caracterizando-se por informações divulgadas nos relatórios empresariais sobre qualificação dos membros que compõem o corpo institucional da organização.

Assim, com as maiores médias estão os setores (3) energia e o (9) utilidade pública. Esse resultado se iguala ao indicador anteriormente analisado, que foi “média de idade”; e, com maior dispersão, pode-se identificar o setor econômico (5) industrial; porém este não obteve a maior média.

Com menor média, dispersão, desvio-padrão e menores limites (superiores e inferiores), destacam-se o setor econômico: (8) tecnologia e serviços de telecomunicações – resultado que pode ter advindo da atividade empresarial. Outros setores também apresentaram uma média aproximada à do setor (8), como o de (7) saúde.

No Gráfico 14, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao sétimo indicador do capital humano.

Gráfico 14 – Indicador (7) do Capital Humano

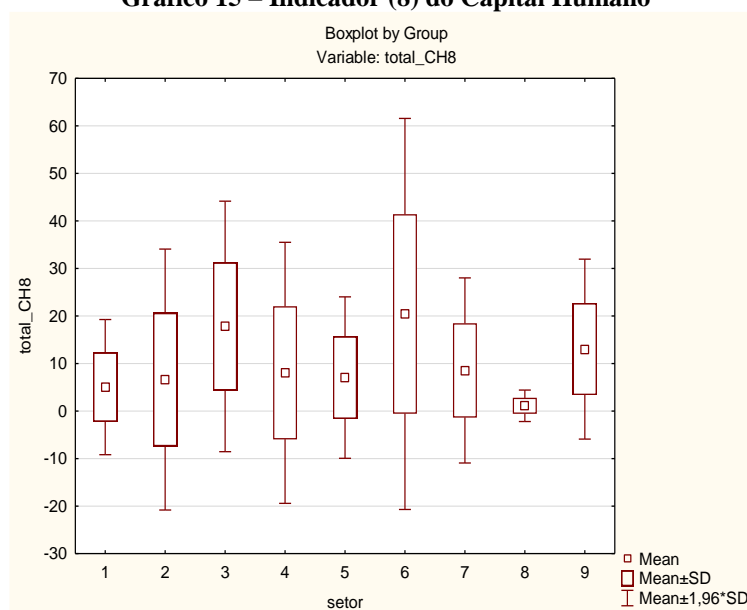
Fonte: dados da pesquisa (2019).

O sétimo indicador que compõe o capital humano refere-se a “resultados da pesquisa com empregados”, que busca observar o clima organizacional. Nesse indicador, as médias, dispersões, desvios-padrões de 2 (dois) setores econômicos se destacaram significativamente dentre os demais: (6) material básico e (7) saúde. Desse modo, as organizações que o compunham buscaram divulgar de forma voluntária, em seus relatórios, informações que se referem a esse indicador do capital humano.

Na análise dos setores econômicos, a maioria deles ficou entre os resultados de média na proporção de 0 a 50. Destacou-se, significativamente, dos demais, apenas o setor (7) saúde com a maior média, a maior dispersão, o maior desvio-padrão e o maior limite superior.

Por fim, o setor econômico com menor média, menor dispersão, menor desvio-padrão e menores limites (superiores e inferiores) foi o (5) industrial. Observa-se, assim, que as empresas que compunham esse setor econômico não divulgaram de forma voluntária, em seus relatórios, informações referentes a esse indicador do capital humano.

No Gráfico 15, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao oitavo indicador do capital humano.

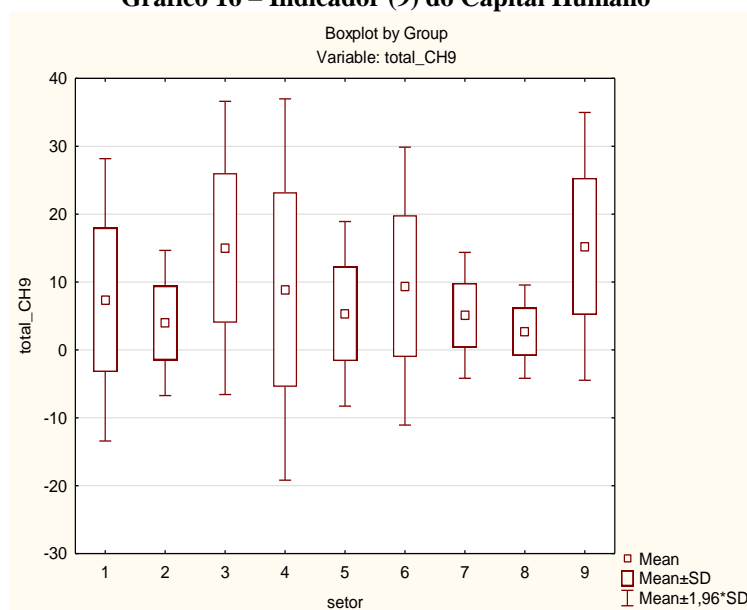
Gráfico 15 – Indicador (8) do Capital Humano

Fonte: dados da pesquisa (2019).

O oitavo indicador do capital humano corresponde a “lesões por milhão de horas trabalhadas”, que se refere à divulgação de informações que correspondem a lesões, acidentes de trabalho. Nesse indicador, com as maiores médias, destacam-se dois setores econômicos: (2) consumo não cíclico e o (6) material básico. Nos relatórios das empresas que compunham esses setores estavam explícitas as informações que se referem a esses indicadores.

O setor econômico obteve menor média, menor dispersão, menor desvio-padrão e menores limites (inferiores e superiores) no setor (8) tecnologia e serviços de telecomunicações. Tal resultado pode ter sido devido à atividade desempenhada pela organização, que não divulgou informações relacionadas a esse setor nos relatórios organizacionais.

No Gráfico 16, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao nono indicador do capital humano.

Gráfico 16 – Indicador (9) do Capital Humano

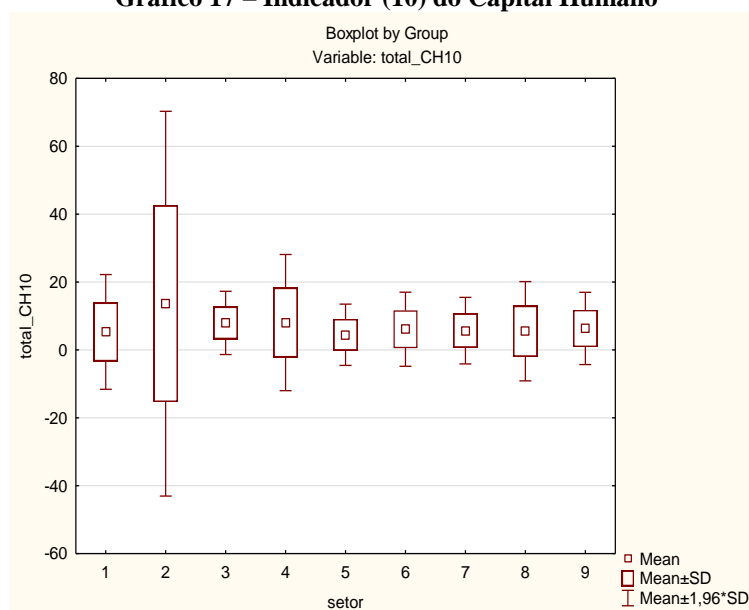
Fonte: dados da pesquisa (2019).

O nono indicador do capital humano corresponde a “taxa de absentismo”, que, no geral, corresponde à ausência do trabalhador. Dessa forma, observam-se maiores médias, de acordo com o gráfico 16, nos setores econômicos (3) energia e (9) utilidade pública, que pode resultar das atividades exercidas nestes setores. O setor (4) financeiro apresentou uma média menor que os anteriormente mencionados, porém, possui maior dispersão, maior desvio-padrão e maiores limites (inferiores e superiores), destacando-se também diante dos resultados apresentados.

O setor com a menor média, dispersão, desvio-padrão e limites (inferiores e superiores) corresponde a (8) tecnologia e serviços de telecomunicações. Comparando-se esse resultado com o do indicador anteriormente analisado – “lesões por milhão de horas trabalhadas” –, o qual está interligado a essa “taxa de absentismo”, as informações divulgadas se assemelham, classificando, então, esse setor econômico como o de menor divulgação de informação no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist* de ambos os indicadores, o que pode estar interligado à atividade empresarial desenvolvida.

No Gráfico 17, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*. Esses setores correspondem ao décimo indicador do capital humano.

Gráfico 17 – Indicador (10) do Capital Humano

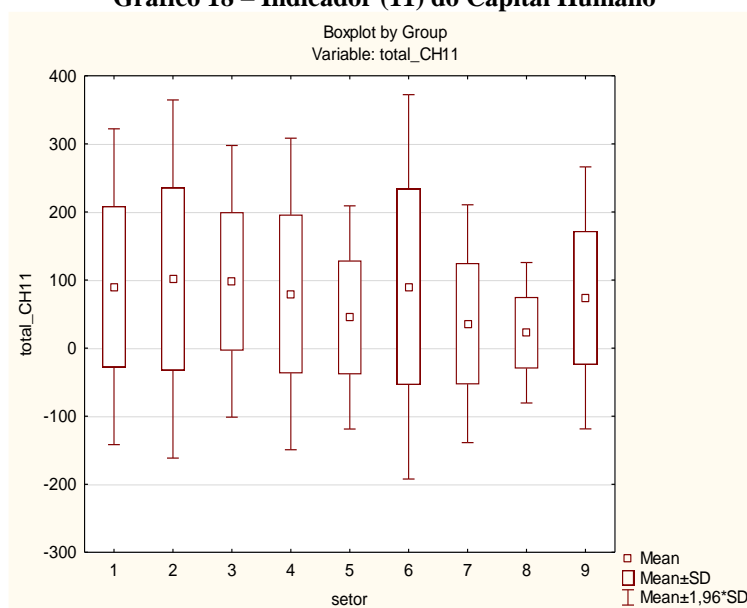


Fonte: dados da pesquisa (2019).

O décimo indicador do capital humano corresponde a “taxa de demissão”. De acordo com os resultados que podem ser observados no Gráfico 17, o setor (2) consumo não cíclico obteve um resultado significativo dentre os demais setores econômicos, destacando-se na média, na dispersão, no desvio-padrão e nos limites (superiores e inferiores). Assim, as empresas que compunham esse setor econômico divulgaram de forma voluntária, em seus relatórios organizacionais, informações que se referem a esse indicador em um maior volume de modo a de destacar significativamente dos demais.

Já com relação ao setor econômico com o menor resultado de média, dispersão e limites (inferiores e superiores), tem-se o setor (5) industrial. Uma vez que as empresas que o compõem não divulgam de forma voluntária, em seus relatórios organizacionais, informações relacionadas às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem a esse indicador.

No Gráfico 18, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao décimo primeiro indicador do capital humano.

Gráfico 18 – Indicador (11) do Capital Humano

Fonte: dados da pesquisa (2019).

O último indicador do capital humano corresponde a “relação de salário mínimo”. Destacam-se nesse indicador, os seguintes setores: (2) consumo não cíclico e (6) material básico, apresentando maiores médias, dispersões, desvios-padrão e maiores limites (inferiores e superiores); o que os torna significantes no que se refere à divulgação voluntária de informações em seus relatórios empresariais, que correspondem a esses indicadores.

O setor com a menor média, dispersão, desvio-padrão e menores limites (inferiores e superiores) corresponde ao setor econômico (8) tecnologia e serviços de telecomunicações, destacando que empresas que compõem esse setor não apresentam de forma voluntária, em seus relatórios, informações que se referem a este item, diante as palavras chave/relacionadas/*checklist* utilizadas para esta pesquisa.

Por fim, no capital humano, observa-se que o setor econômico (9) utilidade pública foi o que mais se destacou diante dos indicadores que o compõem, apresentando uma das maiores médias em 5 (cinco) dos 11 (onze) indicadores do capital humano. Esse resultado pode ter advindo da atividade empresarial desempenhada pelas organizações que compunham esse setor econômico, as quais acharam interessante divulgar, em seus relatórios, informações referentes aos indicadores desse capital.

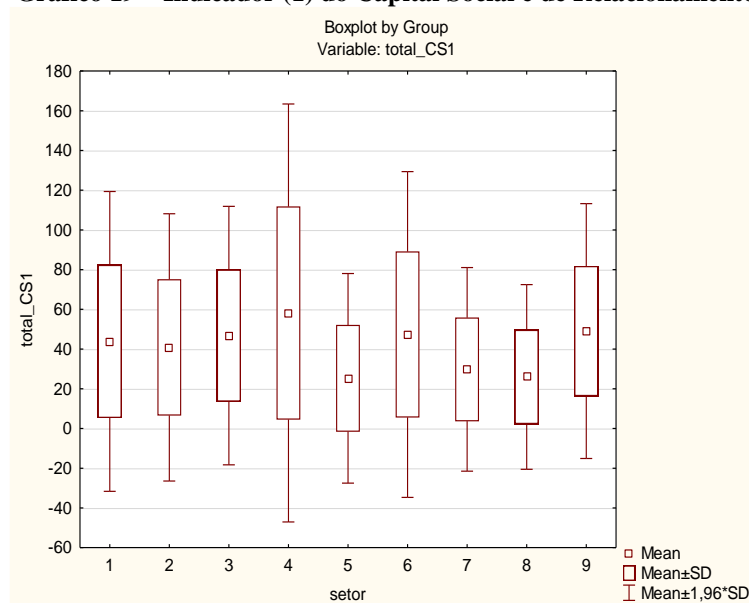
Já o setor econômico com a menor média de acordo com os indicadores do capital humano, destaca-se o (8) tecnologia e serviços de telecomunicações, apresentando uma das menores médias em 8 (oito) dos 11 (onze) indicadores que compõem. Esse setor econômico também foi destaque no que se refere à menor média no capital natural, anteriormente analisado.

Capital Social e de Relacionamento

O terceiro capital não financeiro analisado foi o capital social e de relacionamento, o qual é composto por 8 (oito) indicadores.

No Gráfico 19, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao primeiro indicador do capital social e de relacionamento.

Gráfico 19 – Indicador (1) do Capital Social e de Relacionamento



Fonte: dados da pesquisa (2019).

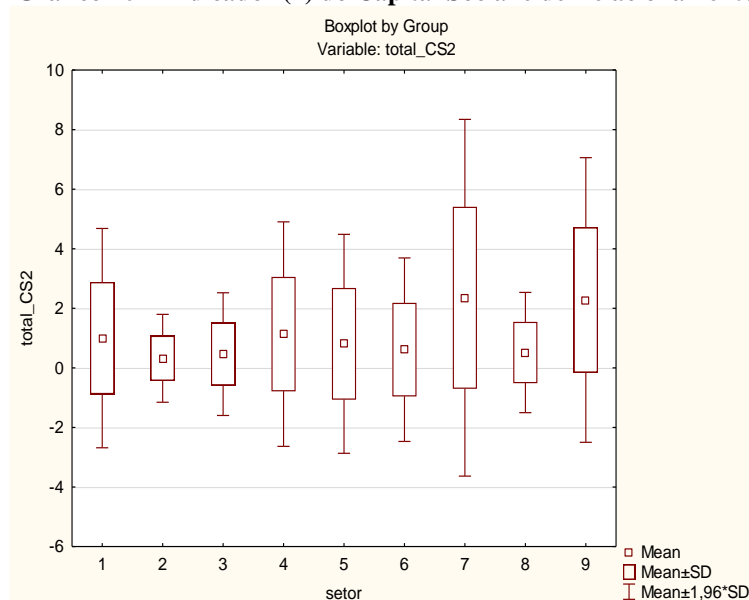
O primeiro indicador corresponde ao “*ranking* de excelente lugar para trabalhar”. Diante dos resultados, pode-se observar o destaque para 2 (dois) setores econômicos: (4) financeiro e (6) material básico, pois foram os que apresentaram maiores médias, dispersões, desvios-padrão e limites (inferiores e superiores), indicando que as organizações que compunham esses setores buscaram divulgar em seus relatórios empresariais, de forma voluntária, informações que correspondem a esses indicadores do capital social e de relacionamento.

No que se refere às menores médias, destacam-se 2 (dois) setores econômicos: (5) industrial e (8) tecnologia e serviços de telecomunicações. Assim, dentre os outros setores analisados, as organizações que correspondiam a esses aqui citados divulgaram de forma voluntária menos informações, que correspondem a fatores que integram estes indicadores.

No Gráfico 20, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às

palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao segundo indicador do capital social e de relacionamento.

Gráfico 20 – Indicador (2) do Capital Social e de Relacionamento

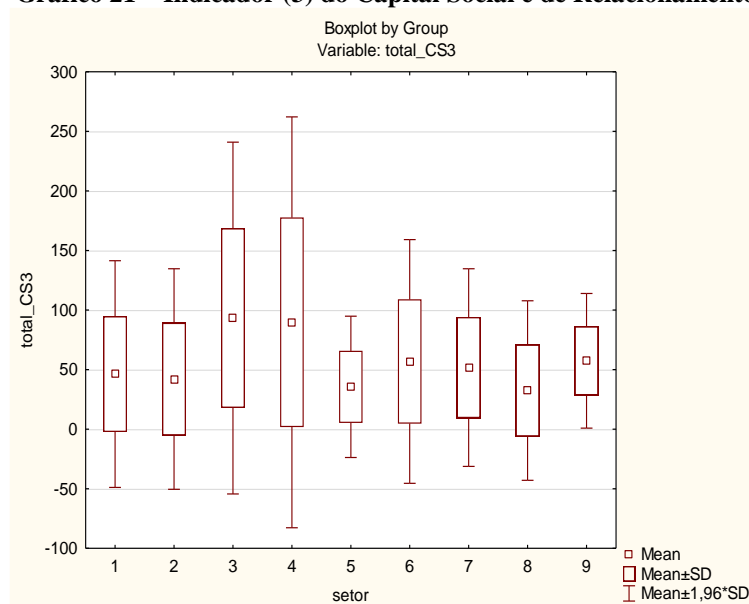


Fonte: dados da pesquisa (2019).

O segundo indicador do capital social e de relacionamento corresponde a “número de voluntários”. Nesse indicador, destacam-se, de forma significativa, 2 (dois) setores econômicos: (7) saúde e (9) utilidade pública, com maiores médias, desvios-padrão, dispersões e limites (superiores), sinalizando o interesse das organizações que compunham esses setores em divulgar de forma voluntária, em seus relatórios, as palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem a esse item.

Com menor média, dispersão, desvio-padrão e menores limites (inferior e superior), tem-se o setor econômico (2) consumo não cíclico. As empresas que compunham esse setor divulgaram, em seus relatórios, informações, em um quantitativo menor, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, comparando-se aos outros setores já analisados, de acordo com o Gráfico 20.

No Gráfico 21, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao terceiro indicador do capital social e de relacionamento.

Gráfico 21 – Indicador (3) do Capital Social e de Relacionamento

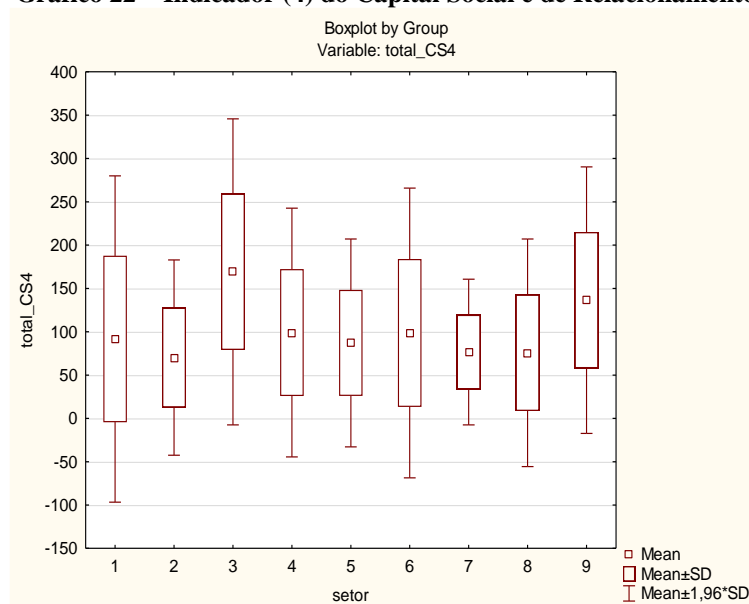
Fonte: dados da pesquisa (2019).

O terceiro indicador, que corresponde ao capital social e de relacionamento, é o de “reivindicações/ações trabalhistas”. De acordo com esse indicador, 2 (dois) setores econômicos se destacam dos demais às médias, dispersões, aos desvios-padrão e aos limites (superiores e inferiores) alcançados. São eles: (3) energia e (4) financeiro.

Dessa forma, empresas que compõem esses setores divulgam de forma voluntária, em seus relatórios, informações que se relacionam a esses indicadores, estando presentes as palavras chave/relacionadas/*checklist* utilizadas na pesquisa.

Com os menores resultados, de acordo com as médias, tem-se os 2 (dois) setores econômicos: (5) industrial e (8) tecnologia e serviços de telecomunicações. As empresas que o compunham divulgam menos informações, em seus relatórios, relacionadas a esses indicadores se comparado com os demais setores analisados e discriminados no Gráfico 21.

No Gráfico 22, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao quarto indicador do capital social e de relacionamento.

Gráfico 22 – Indicador (4) do Capital Social e de Relacionamento

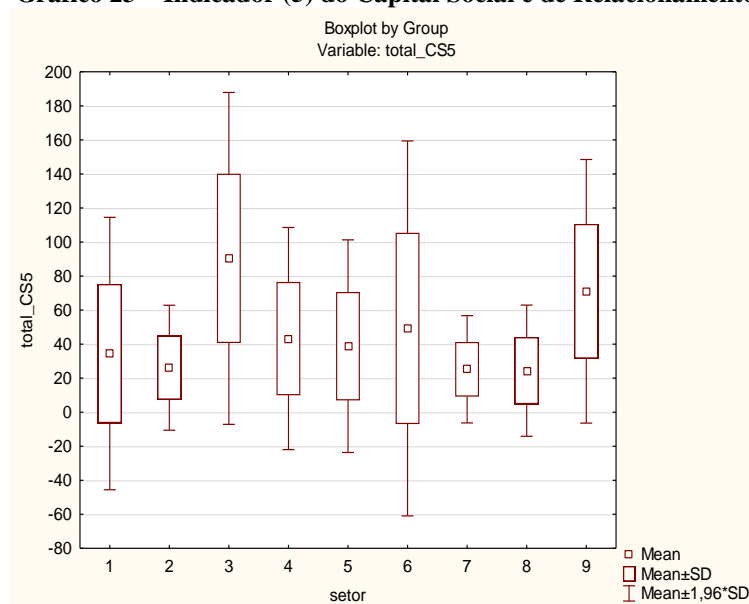
Fonte: dados da pesquisa (2019).

O quarto indicador do capital social e de relacionamento se refere a “envolvimento em ações sociais”. Nesse indicador, as organizações que obtiveram os maiores destaques diante das médias alcançadas nesta análise correspondem aos seguintes setores econômicos: (3) energia e (9) utilidade pública.

Esse resultado pode ter advindo das atividades desempenhadas pelas organizações que compunham esses setores, uma vez que se observa um interesse maior delas em divulgar de forma voluntária, nos seus relatórios empresariais, aspectos que se referem a esses indicadores, para as partes interessadas terem acesso e ciência das informações e ações apresentadas.

Já a menor média corresponde ao setor econômico (2) consumo não cíclico, em razão das poucas divulgações gerais nos relatórios empresariais analisados de acordo com as palavras chave/relacionadas/*checklist*, utilizadas para esta pesquisa.

No Gráfico 23, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao quinto indicador do capital social e de relacionamento.

Gráfico 23 – Indicador (5) do Capital Social e de Relacionamento

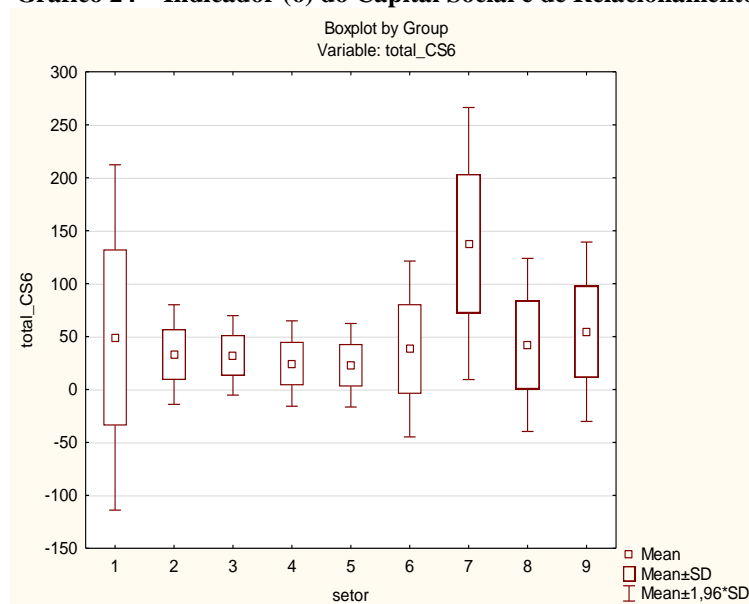
Fonte: dados da pesquisa (2019).

O quinto indicador do capital social e de relacionamento corresponde a “envolvimento em projetos sociais”. Como mencionado no indicador anterior a este, observa-se que ambos possuem bastantes semelhanças em relação às informações pesquisadas: os mesmos setores econômicos apresentados no indicador anterior – (3) energia e (9) utilidade pública – obtiveram as maiores médias.

Esse resultado torna-os significantes diante das informações divulgadas de forma voluntária nos relatórios organizacionais das organizações que os compõem. Dessa forma, observa-se que as empresas que compunham esses setores econômicos divulgaram, de forma significativa, em seus relatórios empresariais, informações que se referem aos indicadores “envolvimento em ações sociais” e “envolvimento em projetos sociais”.

Já os setores com as menores médias e dispersões são os seguintes: (2) consumo não cíclico, (7) saúde e (8) tecnologia e serviços de telecomunicações. Estes correspondem ao grupo de setores que sinalizaram um menor quantitativo de divulgações voluntárias em seus relatórios organizacionais de acordo com as empresas analisadas e as palavras chave/relacionadas/*checklist* desta pesquisa.

No Gráfico 24, correspondente ao sexto indicador do capital social e de relacionamento, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos em relação à divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*.

Gráfico 24 – Indicador (6) do Capital Social e de Relacionamento

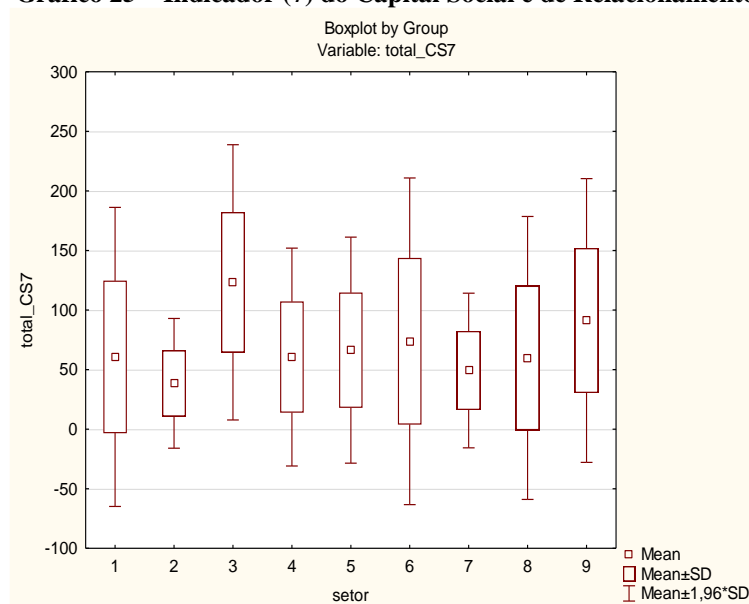
Fonte: dados da pesquisa (2019).

O sexto indicador do capital social e de relacionamento corresponde ao “índice de satisfação do cliente”. Nesse indicador, o setor econômico (7) saúde apresentou um destaque significativo em seu resultado frente aos demais, apresentando maior média e maior limite superior no que se refere à divulgação, feita pelas empresas analisadas, das informações que compõem esse indicador.

O setor econômico (1) consumo cíclico também teve um destaque significativo dentre os demais setores analisados e demonstrados no gráfico 24. Já os setores econômicos com menores médias, dispersões e desvios-padrão foram os seguintes: (4) financeiro e (5) industrial.

O que se pode concluir que, durante os anos analisados, nos relatórios organizacionais dessas empresas não houve um grande quantitativo de informações que se referem às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem a esse indicador do capital social e de relacionamento.

No Gráfico 25, correspondente ao sétimo indicador do capital social e de relacionamento, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*.

Gráfico 25 – Indicador (7) do Capital Social e de Relacionamento

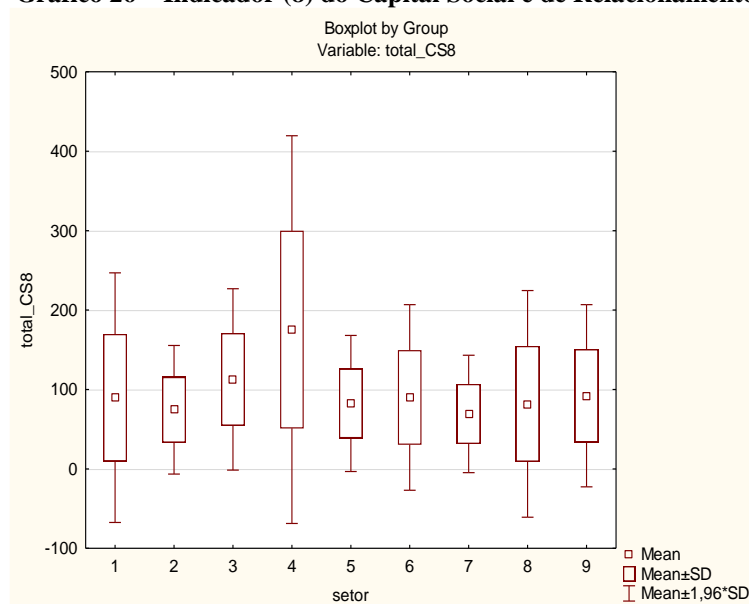
Fonte: dados da pesquisa (2019).

O sétimo indicador do capital social e de relacionamento refere-se à “provisão para projetos sociais”, no qual, novamente se observa o destaque de 2 (dois) setores econômicos mencionados anteriormente, de acordo com os indicadores 4 e 5 já analisados. São eles: (3) energia e (9) utilidade pública.

Confirma-se, assim, de forma significativa diante dos resultados apresentados, que as empresas que compunham os setores econômicos (3) energia e (9) utilidade pública buscaram apresentar de forma voluntária, em seus relatórios empresariais, um quantitativo de informações que se referem a estes 3 (três) indicadores do capital social e de relacionamento, que são: “envolvimento em ações sociais”, “envolvimento em projetos sociais” e “provisão para projetos sociais”, pois, de acordo com seus aspectos, suas informações se interligam, destacando, assim, os mesmos setores.

Já o setor em destaque com menor média, dispersão, desvio-padrão e menores limites (superiores e inferiores), é o setor (2) consumo não cíclico.

No Gráfico 26, correspondente ao oitavo indicador do capital social e de relacionamento, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*.

Gráfico 26 – Indicador (8) do Capital Social e de Relacionamento

Fonte: dados da pesquisa (2019).

O oitavo e último indicador que compõe o capital social e de relacionamento é “investimento social (dinheiro gasto em filantropia)”. Nesse indicador, o setor que se destaca significativamente dos demais se refere ao setor econômico (4) financeiro, apresentando maior média, dispersão, desvio-padrão e maiores limites (superiores e inferiores), conforme as informações analisadas nos relatórios empresariais.

O destaque do setor financeiro na divulgação de informações, no que se refere a esse indicador, pode estar relacionado com a atividade desenvolvida pelas organizações que o compõem: as palavras-chave desse indicador estão relacionadas com a atividade desempenhada no setor financeiro, daí o interesse em divulgar as informações nos relatórios organizacionais.

Destacando-se como o setor econômico com menor média, dispersão, desvio-padrão e menores limites (inferiores e superiores), tem-se o setor (7) saúde; visto que, nos relatórios analisados, as empresas não apresentaram um maior quantitativo de informações que se relacionam a esse indicador nesse determinado setor econômico do capital social e de relacionamento.

Por fim, no capital social e de relacionamento, observa-se que o setor econômico (9) utilidade pública foi o que mais se destacou diante dos indicadores que o compõem, apresentando uma das maiores médias em 5 (cinco) dos 8 (oito) indicadores. Esse setor econômico também foi destaque no que se refere às maiores médias no capital humano, anteriormente analisado. Esse resultado pode ter advindo da atividade empresarial desempenhada pelas organizações que compunham esse setor econômico, levando-as a

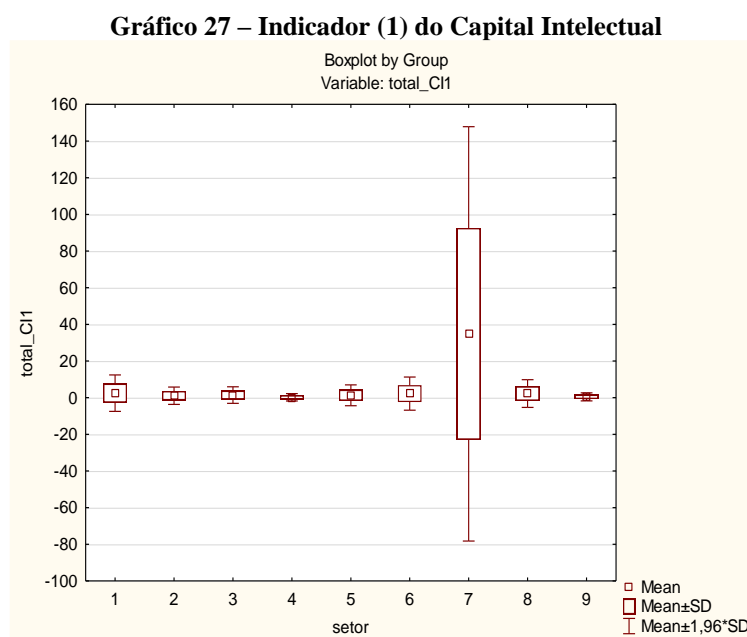
acharem interessante divulgar, em seus relatórios, informações referentes aos indicadores desse capital.

Por outro lado, o setor econômico que se destacou com a menor média, de acordo com os indicadores do capital social e de relacionamento, foi o (2) consumo não cíclico, apresentando uma das menores médias em 5 (cinco) dos 8 (oito) indicadores que compõem.

Capital Intelectual

O quarto e último capital não financeiro analisado foi o capital intelectual, o qual é composto por 8 (oito) indicadores.

No Gráfico 27, correspondente ao primeiro indicador do capital intelectual, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*.



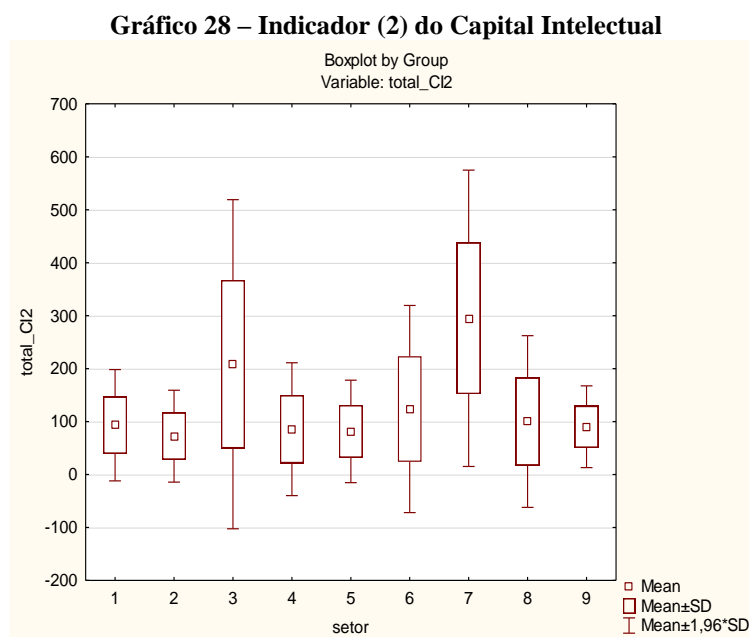
Fonte: dados da pesquisa (2019).

O primeiro indicador do capital intelectual corresponde ao “número de pedidos de patente depositados”. Nesse indicador, apenas 1 (um) setor econômico – (7) saúde – obteve resultado significativo dentre todos os setores apresentados no Gráfico 27. Esse indicador apresenta maior média, dispersão, desvio-padrão e maiores limites (superiores e inferiores). Este resultado pode advir da atividade desempenhada pelas organizações que compunham esse

setor no meio em que estão inseridas; daí o interesse em divulgar, em seus relatórios, informações referentes a esse indicador.

Os demais setores econômicos obtiveram resultados médios, entre 0 e 20, apresentando menores médias, dispersões, desvio-padrões e menores limites (inferiores e superiores). Foram os setores (4) financeiro e (9) utilidade pública, que, conforme os dados apresentados, mais se destacaram com os menores resultados encontrados para esse indicador, relacionados à quantidade de divulgação de informações nos relatórios organizacionais.

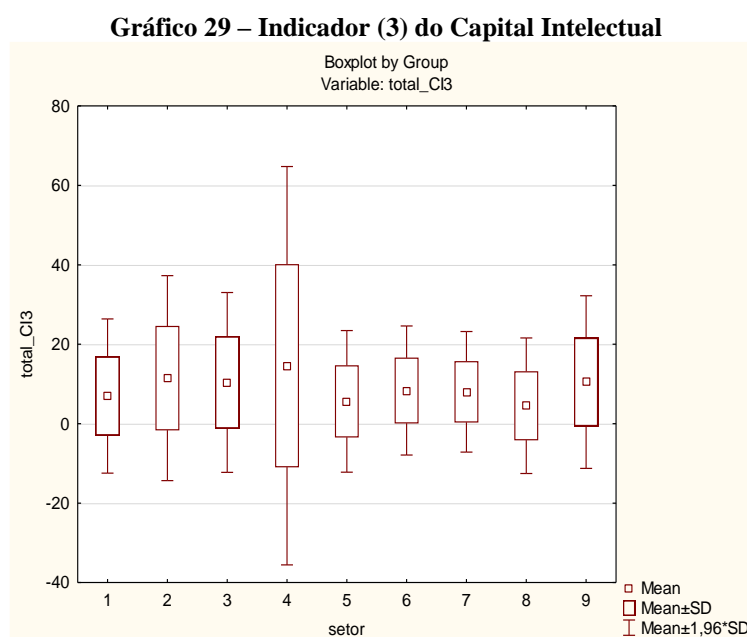
No Gráfico 28, que corresponde ao segundo indicador do capital intelectual, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*.



O segundo indicador do capital intelectual corresponde a “dinheiro gasto em P&D”. Nesse indicador, ao contrário do resultado do indicador anterior, mais de (1) um setor econômico demonstrou resultados significantes: (3) energia e (7) saúde. Esse resultado pode estar relacionado às atividades desempenhadas por essas organizações no meio em que estão inseridas, de modo a incentivar aspectos relacionados a pesquisas e desenvolvimento de novos produtos; daí o interesse em inserir, em seus relatórios organizacionais, as informações que se referem a esse indicador.

Já o setor econômico com a menor média foi o (2) consumo não cíclico, indicando que as empresas que compunham esse setor econômico não informaram, em grande volume, informações que compreendem aspectos relacionados a esse indicador do capital intelectual.

No Gráfico 29, que corresponde ao terceiro indicador do capital intelectual, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações, nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*.



O terceiro indicador do capital intelectual corresponde a “número de testes com nova tecnologia”. Nesse indicador, o setor econômico que mais se destacou significativamente dos demais foi o (4) financeiro, com maior média, dispersão, desvio-padrão e limites (inferior e superior).

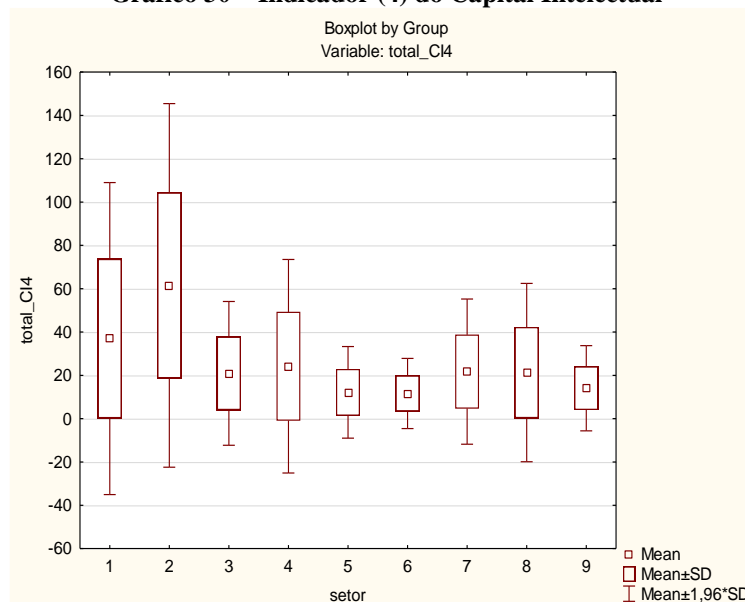
Esse resultado pode ter advindo da sua atividade referente à tecnologia e do interesse de divulgar, em seus relatórios, aspectos que compreendem as palavras chave/relacionadas/*checklist*, que compõe este indicador na análise desta pesquisa.

Já os setores econômicos com as menores médias foram: (8) tecnologia e serviços de telecomunicações e (5) industrial que, de acordo com os resultados, destacaram os setores que divulgam um menor quantitativo de informações em seus relatórios, no que se refere a esse indicador do capital intelectual.

No Gráfico 30, que corresponde ao quarto indicador do capital intelectual, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de

informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*.

Gráfico 30 – Indicador (4) do Capital Intelectual

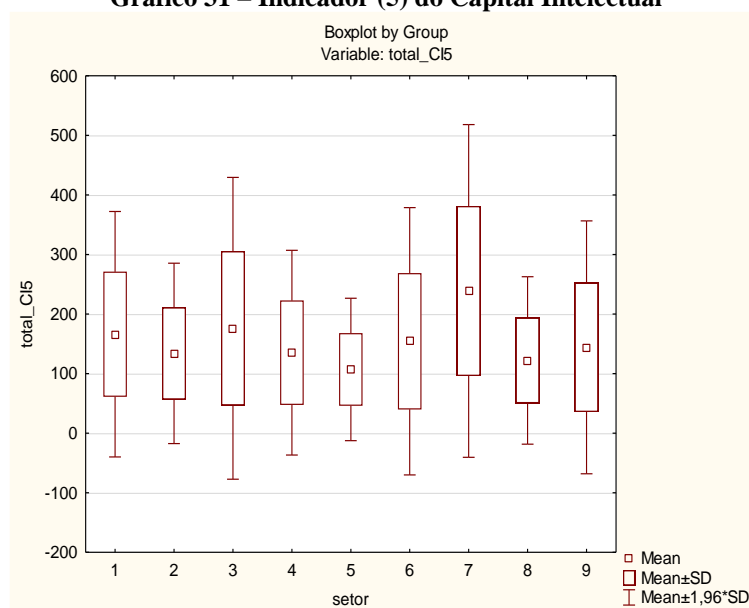


Fonte: dados da pesquisa (2019).

O quarto indicador do capital intelectual corresponde ao “reconhecimento da marca”. Nesse indicador, 2 (dois) setores econômicos obtiveram resultados significativos dentre os demais, com as maiores médias e maiores dispersões: (1) consumo cíclico e (2) consumo não cíclico, como se pode observar no Gráfico acima.

Já os setores que menos se destacaram foram: (5) industrial e (6) material básico. Estes apresentaram, como resultados, menores médias, desvios-padrão, dispersões e menores limites (superiores e inferiores), no que se refere às informações disponibilizadas em seus relatórios sobre esse indicador do capital intelectual.

No Gráfico 31, que corresponde ao quinto indicador do capital intelectual, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com sua divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*.

Gráfico 31 – Indicador (5) do Capital Intelectual

Fonte: dados da pesquisa (2019).

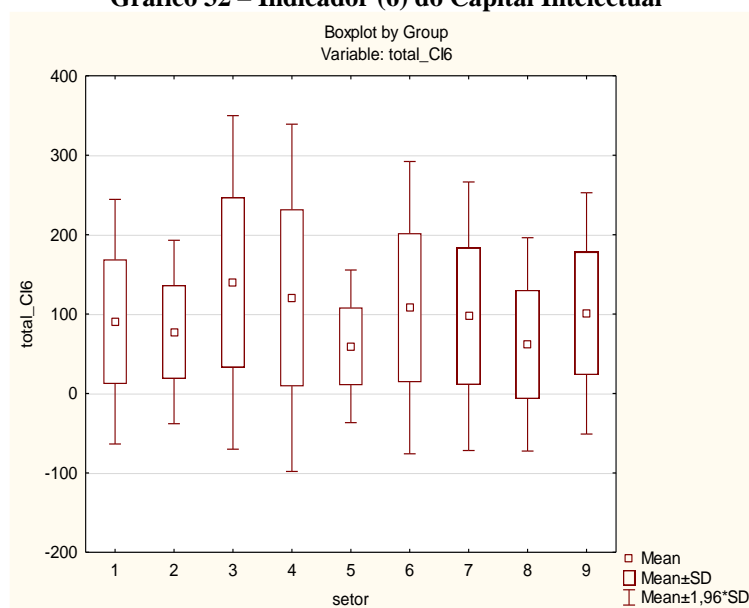
O quinto indicador do capital intelectual corresponde ao “número de novos produtos desenvolvidos”. Nesse indicador, destacam-se, com maiores médias e dispersões, os seguintes setores econômicos: (3) energia e (7) saúde, assim como foram destacados no indicador “dinheiro gasto em P&D”.

Esses setores devem ter conseguido destaque nos resultados para esse indicador devido às atividades desempenhadas nestes, de sorte que focaram no desenvolvimento de novos produtos e incluíram, de forma voluntária, divulgações sobre esses processos em seus relatórios organizacionais.

E, nesse indicador, o setor econômico que obteve menor média, dispersão, desvio-padrão e menores limites (superiores e inferiores) corresponde ao setor (5) industrial. Uma vez que as organizações que o compunham não divulgaram, em seus relatórios, um quantitativo grande de informações que se referem às palavras chave/relacionas/*checklist*, que determinam esse indicador.

No Gráfico 32, que corresponde ao sexto indicador do capital intelectual, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações, nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*.

Gráfico 32 – Indicador (6) do Capital Intelectual

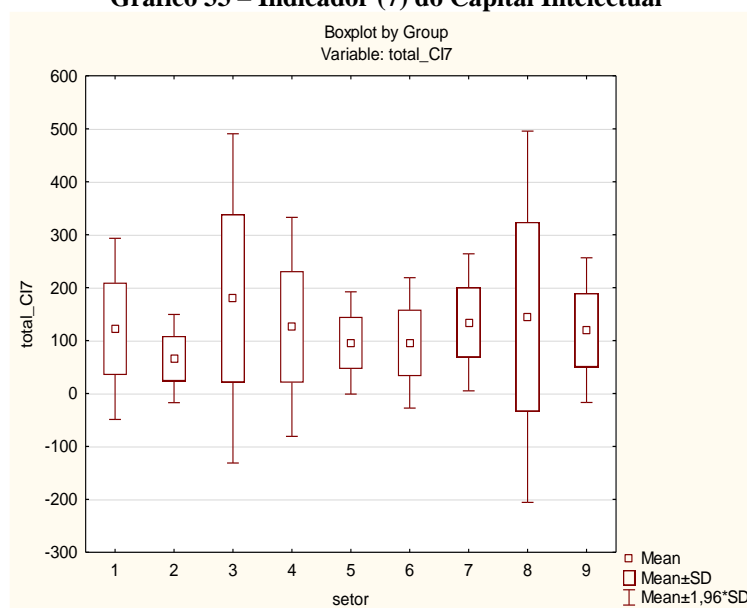


Fonte: dados da pesquisa (2019).

O sexto indicador do capital intelectual corresponde a “despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização”. Nesse indicador, (2) dois setores econômicos obtiveram um maior destaque com as maiores médias apresentadas: (3) energia e (4) financeiro.

Já o setor econômico com menor média, dispersão, desvio-padrão e menores limites (inferiores e superiores), foi o (5) industrial. Desse modo, observou-se que as empresas que compunham esse setor econômico divulgaram menos informações sobre esse indicador em seus relatórios organizacionais.

No Gráfico 33, que corresponde ao sétimo indicador do capital intelectual, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de suas informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*.

Gráfico 33 – Indicador (7) do Capital Intelectual

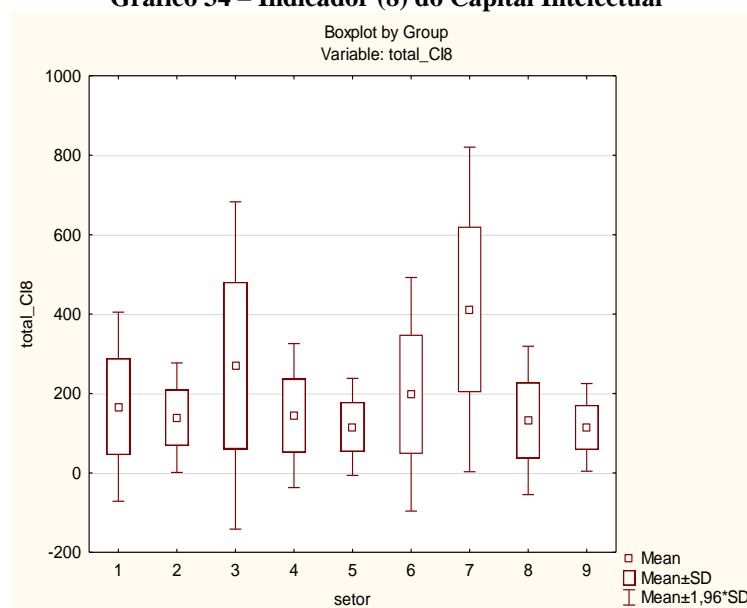
Fonte: dados da pesquisa (2019).

O sétimo indicador do capital intelectual corresponde a “despesas com desenvolvimento de *softwares* para sistemas internos”. Nesse indicador, dois setores se destacaram com maiores médias, dispersões, desvios-padrão e menores limites (inferiores e superiores): os setores (3) energia e (8) tecnologia e serviços de telecomunicações. Tal resultado adveio das atividades desempenhadas pelas organizações que compunham esses setores econômicos.

Com menor média, menor dispersão, menor desvio-padrão e menores limites (inferiores e superiores), tem-se o setor econômico (2) consumo não cíclico. Esse resultado pode ter advindo da atividade empresarial desempenhada pelas organizações que compunham esse setor econômico do capital intelectual. Estas não tinham interesse em divulgar, em seus relatórios, a grande quantidade de informações que compõem esse indicador.

No Gráfico 34, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao oitavo indicador do capital intelectual.

Gráfico 34 – Indicador (8) do Capital Intelectual



Fonte: dados da pesquisa (2019).

O oitavo e último indicador do capital intelectual corresponde a “vendas geradas por produtos derivados de P&D”. Nesse indicador, 2 (dois) setores econômicos se destacaram dentre os demais: (3) energia e (7) saúde; o que pode ter relação com a atividade desempenhada pelas organizações.

Já os setores com as menores médias correspondem aos seguintes indicadores: (5) industrial e (9) utilidade pública. É interessante observar que o resultado do setor (5) se repete, em vários indicadores que compõem o capital intelectual, como o menor resultado a partir da análise dos boxplot. Pode-se concluir que as empresas que compunham esse setor não possuíam um grande interesse em divulgar, em seus relatórios, assuntos relacionados às palavras que compõem o *checklist* desta pesquisa. Portanto esse setor destacou-se, em 5 (cinco) indicadores dos 8 (oito) que compõem o capital intelectual, com menor média, dispersão, desvio-padrão e limites, no que se refere à análise da divulgação voluntária a partir das informações apresentadas nos relatórios.

Por fim, no capital intelectual, observa-se que os setores econômicos (3) energia e (7) saúde foram os que mais se destacaram nos indicadores que o compõem, apresentando uma das maiores médias em 4 (quatro) dos 8 (oito) indicadores do capital intelectual. Esse resultado deve se deve à atividade empresarial desempenhada pelas organizações que compõem esse setor econômico, as quais acham interessante divulgar em seus relatórios informações referentes aos indicadores desse capital. Já o setor econômico que se destaca com a menor média diante dos indicadores do capital intelectual é o setor (5) industrial.

4.4 SÍNTESES DOS RESULTADOS

De acordo com os relatórios organizacionais analisados para esta pesquisa, considerando o período temporal de 5 (cinco) anos, buscou-se identificar os capitais não financeiros de acordo com seus indicadores, observando, dessa forma, o resultado geral de divulgação, inserindo todos os 9 (nove) setores econômicos; cumprindo-se, assim, o primeiro objetivo proposto para esta pesquisa – Identificar as informações referentes aos capitais não financeiros do Relato Integrado (RI) nas empresas analisadas.

Em relação à divulgação geral do capital natural, as organizações divulgaram, nos seus relatórios, em maior quantidade, o indicador “investimentos em proteção ambiental”; e, em menor quantidade, o indicador “animais adquiridos para testes”, através das palavras chave/relacionadas/*checklist*. Esse resultado refere-se à divulgação total, observando no geral todos os 9 (nove) setores econômicos do capital natural.

Dessa forma, considerando a teoria da legitimidade, as empresas que compunham a amostra mantiveram a legitimidade no que se refere ao Capital Natural durante o período de 2014 a 2015, devido às divulgações; de 2015 a 2017 passaram a ganhar mais legitimidade por causa do aumento considerável de divulgação voluntária de informações nos relatórios organizacionais; e, do ano de 2017 para o ano de 2018, tenderam a recuperar essa legitimidade com o aumento da divulgação voluntária nos relatórios organizacionais posteriores ao ano de 2018, ano fim desta pesquisa.

No capital humano, o indicador que mais se destacou pelas informações disponibilizadas nos relatórios organizacionais de todos os setores analisados foi o de “empregados em aprendizagem eletrônica corporativa”; e o de menor quantitativo de informações disponibilizadas em seus relatórios foi “média de dias de formação por empregado”. Esse resultado refere-se à divulgação total, observando-se, no geral, todos os 9 (nove) setores econômicos do capital humano.

Relacionando esse resultado acima com a teoria da legitimidade, tem-se que, nos anos de 2014 e 2015, o quantitativo de divulgação geral nos relatórios organizacionais diminuiu, no que se refere ao capital humano, no tocante às palavras chave/relacionadas/*checklist* utilizadas de acordo com o *framework* para esta pesquisa. Dessa forma, as organizações precisavam recuperar a legitimidade diante da sociedade a partir da divulgação voluntária. Assim, considerando o período de 2015 a 2018, as organizações ganharam legitimidade com suas divulgações voluntárias e a tendência é que mantenham e ganhem ainda mais nos anos posteriores a 2018.

No capital social e de relacionamento, no que se refere ao resultado geral de divulgação, o indicador que mais se destacou na divulgação voluntária foi “investimento social (dinheiro gasto em filantropia)”; e o indicador que obteve menos destaque foi “número de voluntários”. Esse resultado refere-se à divulgação total, observando-se, no geral, todos os 9 (nove) setores econômicos do capital social e de relacionamento.

Observando-se a relação desse resultado com a teoria da legitimidade, vê-se que, a partir dos dados encontrados nos relatórios organizacionais – que se referem às palavras chave/relacionadas/*checklist* utilizadas nesta pesquisa –, o capital social e de relacionamento foi o único que, em todo o período da pesquisa (2014 a 2018), teve sua divulgação voluntária aumentada pelas organizações no que se refere aos indicadores que o compõem. Desse modo, as organizações mantiveram e ganharam legitimidade com as divulgações voluntárias em todo o período da análise.

Por fim, no capital intelectual, no que se refere ao resultado geral de divulgação, tem-se como indicador com maior quantitativo de divulgação o de “vendas geradas por produtos derivados de P&D”; e como o indicador com o menor quantitativo de divulgação, o de “número de pedidos de patente depositados”. Esse resultado refere-se à divulgação total, observando-se, no geral, todos os 9 (nove) setores econômicos do capital intelectual.

Relacionando a teoria da legitimidade com a divulgação voluntária nos relatórios organizacionais durante o período analisado, tem-se que, do ano de 2014 para o de 2015, as organizações mantiveram a legitimidade; mas de 2015 a 2018, passaram a ganhar legitimidade diante do aumento da divulgação voluntária de informações que compõem os indicadores do capital intelectual. A tendência é que mantenham essa posição durante os próximos anos.

Para o cumprimento do segundo objetivo proposto – Mensurar a divulgação dos indicadores-chave de desempenho (KPIs) de cada capital não financeiro de acordo com os setores econômicos analisados – foi calculado o índice de divulgação de cada capital não financeiro em cada setor separadamente, de modo a identificar o percentual médio de divulgação durante o período analisado e enquadrar o resultado de cada setor de acordo com nível de divulgação adequado.

No capital natural, com o resultado máximo para o índice de divulgação de acordo com todos os setores econômicos, destacou-se o indicador “investimento em proteção ambiental”, o qual obteve o resultado de ID=100% em 8 (oito) dos 9 (nove) setores analisados; ficando apenas o setor econômico de saúde com o resultado de ID=96,6%.

No que se refere aos indicadores com os menores resultados para o índice de divulgação no capital natural, o de “animais adquiridos para testes” destacou-se em 5 (cinco) setores

econômicos: consumo cíclico; consumo não cíclico; industrial, material básico; e utilidade pública. Já o indicador “resíduos reciclados” foi o que obteve menor destaque nos setores econômicos: energia, saúde e tecnologia e serviços de telecomunicações. Por sua vez, o indicador “quantidade de resíduos” foi o que obteve o menor resultado no setor econômico financeiro. Observa-se, assim, que os resultados mínimos do índice se relacionaram a diferentes indicadores, o que pode emanar das diferentes atividades executadas pelas organizações.

No capital humano, a partir dos indicadores que o compõem, alguns obtiveram o resultado máximo em determinados setores, porém o indicador “empregados em aprendizagem eletrônica corporativa” obteve como resultado o ID de 100% nos 9 (nove) setores econômicos analisados nesta pesquisa.

Já o indicador do capital humano com o menor resultado percentual, de acordo com todos os indicadores que o compõem, foi “média de dias de formação por empregado”, que obteve o menor resultado em todos os 9 (nove) setores econômicos.

No capital social e de relacionamento, três indicadores se destacaram com resultado máximo nos setores: “*ranking* de excelente lugar para trabalhar” – neste, apenas o setor de material básico não obteve o resultado de 100%; os outros indicadores foram “envolvimento em ações sociais” e “investimento social (dinheiro gasto em filantropia)” – nestes, apenas o setor de saúde não obteve o resultado de ID =100%.

O indicador do capital social e de relacionamento, que obteve o menor resultado para o índice de divulgação, foi o “número de voluntários”, obtendo os menores resultados para o índice em todos os 9 (nove) setores econômicos analisados; destacando, assim, um menor interesse das organizações em divulgar de forma voluntária, em seus relatórios, as palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem a este indicador.

No capital intelectual, os resultados máximos para os indicadores se repetiram em vários deles, porém, dentre os que se relacionam com setores econômicos, o “número de novos produtos desenvolvidos” obteve o resultado máximo em 8 (oito) dos 9 (nove) setores econômicos, ficando apenas o setor de energia sem obter o resultado máximo de 100% nesse indicador. Outro indicador com o resultado máximo na maioria dos setores foi o de “despesas com desenvolvimento de *softwares* para sistemas internos”; este também obteve o resultado máximo em 8 (oito) dos 9 (nove) setores econômicos, ficando apenas o setor de saúde sem obter o resultado máximo nesse indicador.

Ainda nesse capital, o indicador com menor resultado para o índice de divulgação dentre todos os setores analisados, foi “número de pedidos de patente depositados”, sendo destaque em 8 (oito) dos 9 (nove) setores econômicos. Apenas o setor de saúde não obteve, para esse

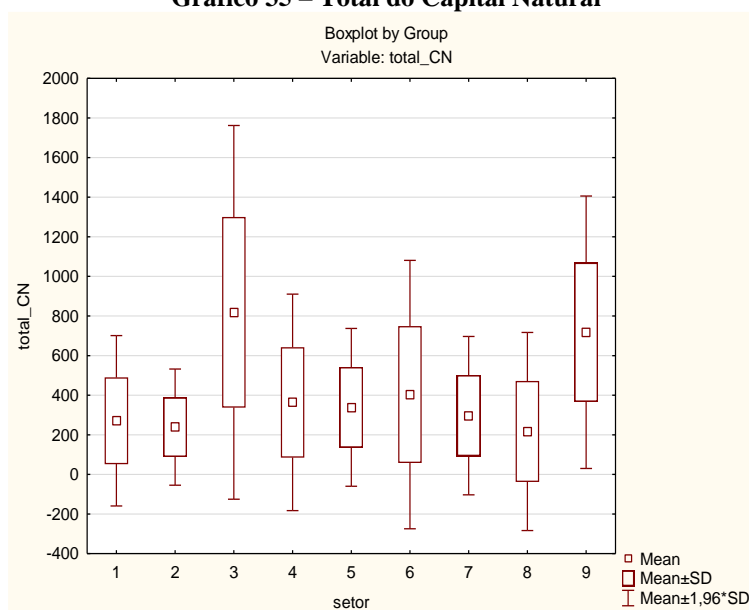
indicador, o menor resultado, obtendo-o, no entanto, para o “número de testes com nova tecnologia”. Nesses resultados pode ocorrer essa diferenciação de acordo com a atividade executada pelas organizações, e de acordo com seus setores, no tocante à divulgação de informações referentes aos indicadores do capital intelectual.

Diante dos resultados analisados, como índice médio de divulgação em todos os capitais não financeiros de acordo com os 9 (nove) setores, destaca-se a classificação do nível de divulgação, na qual todos os setores econômicos possuíram o resultado médio do índice de divulgação, que corresponde à classificação de nível 1 (um) de escala de nível “alta”. Considerando que as empresas analisadas diante os setores econômicos divulgaram, de forma considerada “alta”, as informações referentes aos 34 (trinta e quatro) indicadores que compõem todos os capitais.

Por fim, para atingir o terceiro objetivo proposto na pesquisa – Comparar os resultados dos diferentes capitais não financeiros considerando os setores econômicos analisados – foi realizada a comparação da divulgação geral de todos os indicadores e setores econômicos, de forma a observar os diferentes resultados, relacionando os setores de acordo com a divulgação voluntária de informações que compõem todos os 34 (trinta e quatro) indicadores e seus respectivos totais. Seguem os gráficos que se referem ao resultado total de cada capital para uma melhor compreensão geral dos resultados.

No Gráfico 35, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos conforme a divulgação total de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao capital natural de acordo com todos os seus 7 (sete) indicadores.

Gráfico 35 – Total do Capital Natural



Fonte: dados da pesquisa (2019).

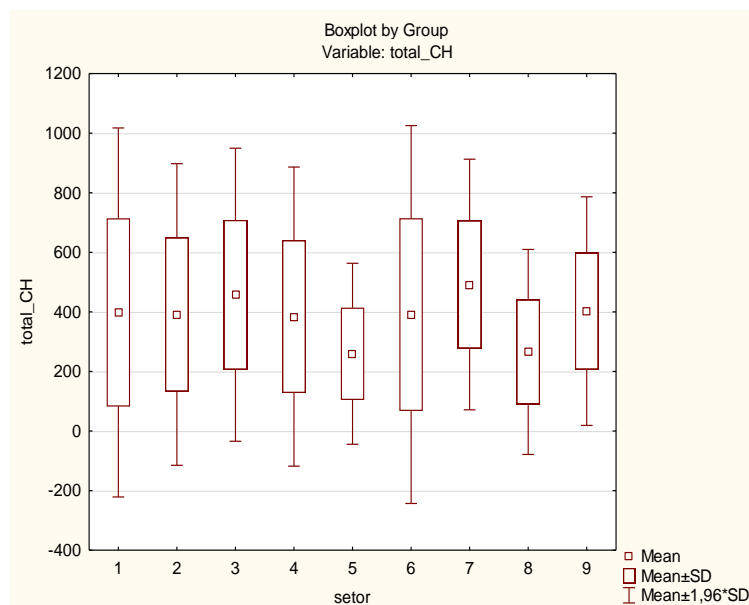
Assim, de acordo com o resultado total de todos os 7 (sete) indicadores do capital natural, pode-se observar, diante do que já foi relatado sobre as informações divulgadas de forma voluntária pelas organizações, que 2 (dois) setores econômicos se destacaram significativamente de acordo com os seus resultados do capital natural (maiores médias e maiores limites): (3) energia e (9) utilidade pública, demonstrando que as organizações que os compunham informaram, através de seus relatórios, maiores quantitativos de informações que se referem aos indicadores chave de desempenho do capital natural, classificado de acordo com a estrutura do *framework* do RI.

Já as menores médias de divulgações de informações voluntárias, de acordo com todos os 7 (sete) indicadores que compõem o capital natural, se encontram em outros 2 (dois) setores econômicos: (2) consumo não cíclico e (8) tecnologia e serviços de telecomunicações.

O setor econômico (2) consumo não cíclico ainda foi destaque por sua divulgação no quinto e sétimo indicador do capital natural; mas o setor (8) tecnologia e serviços de telecomunicações não obteve destaque pela divulgação voluntária de informações em nenhum indicador do capital natural. Isso pode ter ocorrido porque, pela atividade exercida nesse meio empresarial, não houve interesse em divulgar um quantitativo maior de informações em seus relatórios, de modo voluntário, sobre esses indicadores desse capital anteriormente analisados.

No Gráfico 36, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação total de informações nos relatórios organizacionais no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao capital humano de acordo com todos os seus 11 (onze) indicadores.

Gráfico 36 – Total do Capital Humano



Fonte: dados da pesquisa (2019).

Dessa forma, nesse Gráfico, que representa os dados do total das divulgações voluntárias durante todo o período analisado, observa-se que, conforme todos os (11) onze indicadores que compõem o capital humano, destacaram-se significativamente dois setores econômicos por causa das maiores médias alcançadas: (3) energia e (7) saúde.

Dessa forma, empresas que desempenhavam suas atividades de acordo com os 2 (dois) setores anteriormente mencionados buscaram, de forma voluntária, inserir, em seus relatórios organizacionais, informações que se referem às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que compõem os indicadores do capital humano.

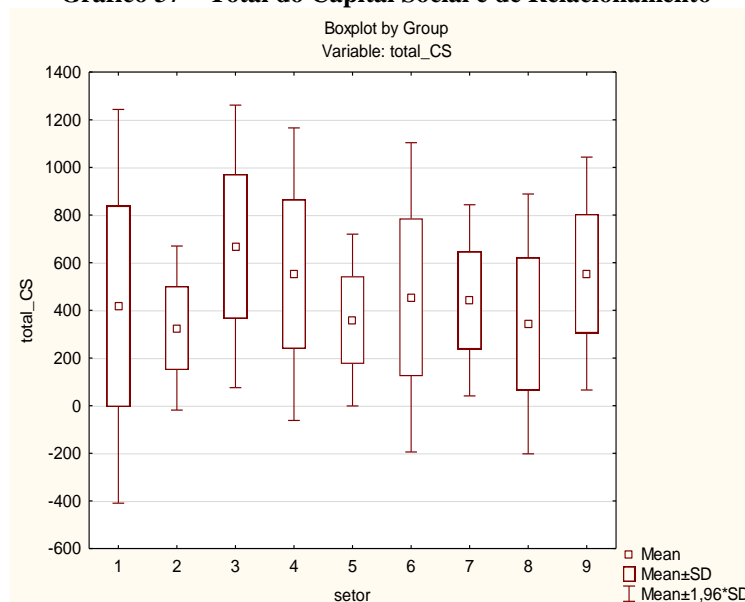
Por outro lado, os setores econômicos que se destacaram com os menores quantitativos de divulgação, diante da média e dispersão apresentadas, foram: o (5) industrial e (8) tecnologia e serviços de telecomunicações.

O setor econômico (5) industrial não foi destaque em nenhum dos indicadores do capital humano, no que se refere a obter a maior média resultante da análise realizada; porém se destacou em 1 (um) indicador no tocante à maior dispersão dos dados devido às informações divulgadas. Desse modo, as organizações que compunham esse setor não buscaram divulgar de forma voluntária um quantitativo elevado das palavras chave/relacionadas/*checklist* utilizadas nesta pesquisa.

No Gráfico 37, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação total de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às

palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao capital social e de relacionamento de acordo com todos os seus 8 (oito) indicadores.

Gráfico 37 – Total do Capital Social e de Relacionamento



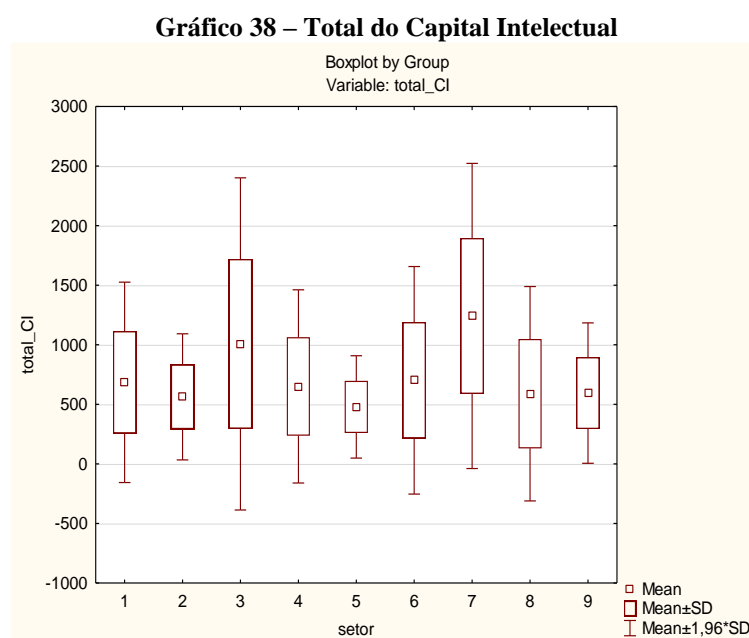
Fonte: dados da pesquisa (2019).

De acordo com o total de divulgações de acordo com todos os indicadores que compõem o capital social e de relacionamento, 2 (dois) setores se destacam por suas médias: (3) energia e (9) utilidade pública. O resultado referente a esse capital se repete no capital natural, de modo que os mesmos setores econômicos possuem os maiores destaques no tocante às maiores médias nesses 2 (dois) capitais do relato integrado.

Assim, as organizações que compunham esses 2 (dois) setores econômicos buscaram divulgar, em seus relatórios organizacionais, um quantitativo maior de informações que os outros setores, as quais se referem aos indicadores que compõem, tanto o capital social e de relacionamento como o capital natural (o primeiro a ser analisado). Isso pode ter ocorrido devido à atividade desempenhada por esses setores econômicos e ao interesse em informar às partes interessadas sobre as questões relacionadas a esses indicadores.

As menores médias, conforme o Gráfico 37, que se referem ao resultado total de todos os indicadores que compõem o capital social e de relacionamento, pertencem a 2 (dois) setores econômicos: (2) consumo não cíclico e (5) industrial. Essas médias são resultantes das análises individuais dos indicadores, indicando que esses setores econômicos não se destacaram em nenhum dos 8 (oito) indicadores que compõem esse capital, pelo fato de as empresas não terem divulgado, em seus relatórios organizacionais, informações que referentes às palavras chave/relacionadas/*checklist* analisadas para esta pesquisa.

No Gráfico 38, pode-se observar o posicionamento dos setores econômicos de acordo com a divulgação total de informações nos relatórios organizacionais, no que se refere às palavras chave/relacionadas/*checklist*, que correspondem ao capital intelectual de acordo com todos os seus 8 (oito) indicadores.



Por fim, esse Gráfico descreve o resultado que se refere ao total do capital intelectual relacionado a todos os setores econômicos analisados. Dessa forma, pode-se observar o destaque em 2 (dois) setores: (3) energia e (7) saúde. Portanto, as organizações que compunham esses setores buscaram divulgar, em seus relatórios organizacionais, informações que se relacionam às palavras-chave identificadas nesta pesquisa.

O menor resultado referente à média corresponde ao setor (5) industrial. Esse setor foi destaque com esse resultado em 3 (três) dos 4 (quatro) capitais não financeiros analisados nesta pesquisa. Dessa forma, as organizações que compunham o setor econômico industrial divulgaram em menor quantidade que os demais as informações que se referem aos indicadores do capital intelectual, do capital natural e capital social e de relacionamento.

A seguir, na Figura 6, estão demonstrados os capitais não financeiros analisados e os setores com destaque de divulgação em cada um deles, de modo a visualizar-se melhor quais setores econômicos mais informaram de forma voluntária, em seus relatórios organizacionais, informações que se referem às palavras chave/relacionadas/*checklist* dos indicadores-chave de desempenho do RI.

Figura 6 – Setores com destaque na divulgação



Fonte: dados da pesquisa (2019).

Por fim, conforme a análise geral e a comparação entre os setores e indicadores, 3 (três) setores econômicos se destacaram significativamente em relação às informações disponibilizadas em seus relatórios no tocante aos indicadores dos capitais não financeiros do relato integrado: (3) energia, (7) saúde e (9) utilidade pública. E o setor econômico que se destacou com a menor divulgação de forma voluntária de informações em seus relatórios organizacionais foi o setor econômico (5) industrial.

Como demonstrado na Figura 6, o setor de energia obteve destaque nos 4 (quatro) capitais não financeiros analisados; já o de utilidade pública obteve destaque no “Capital natural” e no “Capital social e de relacionamento”; e o setor econômico de saúde obteve destaque no “Capital natural” e no “Capital intelectual”. Esse destaque se refere ao quantitativo de informações disponibilizadas nos relatórios organizacionais analisados nesta pesquisa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo geral de pesquisa analisar as empresas de diferentes setores econômicos que divulgam em seus relatórios organizacionais informações de modo voluntário, que se referem aos indicadores-chave de desempenho (KPIs) dos capitais não financeiros do Relato Integrado.

Essa temática vem sendo abordada com maior intensidade desde o lançamento do *framework* do RI em 2013. Dessa forma, neste trabalho, buscou-se analisar a divulgação de informações não financeiras em relatórios de uma população de 176 empresas – pôde-se analisar também a divulgação de 163 organizações mundiais –, no decorrer de 5 (cinco) anos (2014 a 2018), utilizando a análise de conteúdo de mineração de dados através do auxílio de um *software*.

De acordo com o primeiro objetivo proposto, foi observado que, entre os relatórios de divulgação geral das informações dos indicadores analisados, pôde-se identificar a legitimidade no tocante à divulgação voluntária no que diz respeito a ganhar, manter ou recuperar a legitimidade organizacional. Essa legitimidade se classifica através das informações disponibilizadas nos relatórios organizacionais, nos quais o poder de legitimação pode variar de acordo com a divulgação voluntária de determinadas informações que se referem às palavras chave/relacionadas/*checklist*, utilizadas nesta pesquisa.

Conforme o segundo objetivo específico desta pesquisa, de modo a mensurar a divulgação dos indicadores-chave de desempenho (KPIs) de cada capital não financeiro de acordo com os setores econômicos analisados, houve indicadores que se destacaram mais, com o ID máximo de 100% e outros que se destacaram menos. Essa variação ocorre conforme a divulgação voluntária nos relatórios organizacionais, de acordo com cada indicador analisado.

Após o cálculo do ID por setor, tem-se a classificação do nível de divulgação. Destaca-se que todas as organizações que compuseram esta amostra divulgaram, em seus relatórios, um quantitativo de informações que se enquadram na escala “alta”, observando-se que todos os setores econômicos, em todos os capitais não financeiros analisados, disponibilizaram um bom quantitativo de informações que se referem aos indicadores de cada capital não financeiro.

Por fim, o último objetivo específico desta pesquisa foi comparar os resultados dos diferentes capitais não financeiros, considerando os diferentes setores econômicos. Dessa forma, observa-se que entre todos os capitais não financeiros e setores econômicos analisados, 3 (três) setores se destacaram com as maiores médias no que se refere à divulgação voluntária de informações que compreendem os indicadores não financeiros do RI.

De modo geral, observa-se que o setor (3) energia foi o único que se destacou com as maiores médias nos 4 (quatro) capitais não financeiros do RI, uma vez que demonstrou, nos relatórios organizacionais, uma maior divulgação voluntária de informações relacionadas com o *checklist* proposto. Ressaltou-se, dessa forma, o setor que, entre todos os capitais analisados, teve uma maior preocupação em divulgar, de forma voluntária, informações além das obrigatórias, de modo a se legitimar perante a sociedade.

Os outros 2 (dois) setores, (9) utilidade pública e (7) saúde, se destacaram com as maiores médias em 2 (dois) dos 4 (quatro) capitais não financeiros analisados nesta pesquisa. E o setor econômico com o menor quantitativo de divulgação foi o (5) industrial, o qual obteve a menor média em 3 (três) dos 4 (quatro) capitais não financeiros do Relato Integrado.

Dessa forma, pode-se concluir que a divulgação voluntária de informações não financeiras oriundas dos relatórios organizacionais procede do interesse das organizações em se legitimarem diante da sociedade em que estão inseridas. A divulgação voluntária de informações não financeiras poderá se tornar interessante se relacionada ao contato com as partes interessadas em relação a essas informações incluídas nos relatórios organizacionais.

Assim, de acordo com esta pesquisa, as empresas da amostra, disponíveis na “*Examples Database*” do próprio *Integrated Reporting <IR>*, divulgaram nem que seja uma informação referente às palavras relacionadas aos indicadores-chave de desempenho dos capitais não financeiros. Dessa forma, agregaram informações além das obrigatórias em seus relatórios organizacionais; o que pode ter como consequência um novo pensamento organizacional com o objetivo também de divulgar mais informações ambientais e sociais, e não apenas financeiras. Seu objetivo é atender a uma parcela de seu público que se interessa por outro tipo de informação, que poderá ser encontrada de maneira explícita no relatório organizacional.

Assim, este trabalho tem contribuições teóricas e práticas no tocante à análise da divulgação dos relatórios organizacionais. Na teoria, tem-se a divulgação voluntária e a legitimidade organizacional. Na análise, tem-se o procedimento prático de mineração de dados, ainda não utilizado em pesquisas relacionadas ao RI, que demonstrou ser um procedimento eficaz no que se refere à coleta dos dados nos relatórios através de *checklist*.

Por fim, esta pesquisa apresenta como limitação a dificuldade de leitura de todos os relatórios organizacionais da população apresentada, decorrente da não disponibilização dos relatórios nos *sítios* organizacionais ou da divulgação dos relatórios em outra língua fora das adotadas por esta pesquisa.

Outra limitação foi a não utilização de outros testes estatísticos na amostra apresentada. Pode-se também considerar uma limitação a dificuldade de comparação com outros trabalhos no que se refere à análise de informações não financeiras de acordo com o *checklist* proposto.

Como recomendações para futuras pesquisas, sugere-se ampliar a amostra e incluir também os capitais financeiros do Relato Integrado (financeiro e manufaturado), de modo a observar a divulgação destes nos relatórios organizacionais e, posteriormente, associar ao quantitativo de divulgação voluntária com alguma variável decorrente do desempenho financeiro organizacional.

REFERÊNCIAS

- A ESTRUTURA INTERNACIONAL PARA RELATO INTEGRADO. **Integrated Reporting <IR>**. 2013. Disponível em: <<http://integratedreporting.org/wp-content/uploads/2015/03/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK-Portuguese-final-1.pdf>>. Acesso em 04 fev. 2019.
- AKKER, M. V. D. The association between integrated reporting and information asymmetry. Master thesis. **Accounting, Auditing and Control**, 2017. Disponível em: <https://thesis.eur.nl/pub/39317/vdAkker_373542.pdf>. Acesso em 25 mar. 2019.
- ALDRICH, H. E.; FIOL, C. M. Fools Rush in? The Institutional Context of Industry Creation. **Academy of Management Review**, 1994. Disponível em: <[https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=2072827](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=2072827)>. Acesso em 25 nov. 2019.
- ALVES, N. J. F.; KASSAI, J. R.; LUCAS, E. C.; FERREIRA, H. M. G. Relato integrado e o formato da informação financeira para evidenciar a criação de valor das empresas do programa piloto. **Revista Evidenciação Contábil & Finanças - RECFin**, v. 05, n. 03, p. 99-122, 2017. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufpb.br/ojs/index.php/recfin/article/view/34070>>. Acesso em 23 mar. 2019.
- ARANHA, C.; PASSOS, E. A Tecnologia de Mineração de Textos. **RESI-Revista Elerônica de Sistemas de Informação**, n. 2, 2006. Disponível em: <<http://www.periodicosibepes.org.br/index.php/reinfo/article/view/171>>. Disponível em 15 nov. 2019.
- AVELINO, B. C. **Características explicativas do nível de *disclosure* voluntário de municípios do estado de Minas Gerais: uma abordagem sob a ótica da teoria da divulgação**. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013. Disponível em: <<http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/handle/1843/BUOS-97XGTF>>. Acesso em 20 abr. 2019.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2010.
- BARROS, T. M. de O. **A divulgação de informação sobre responsabilidade social nas páginas web das empresas portuguesas**. 2008. 90f. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) - Universidade do Porto, 2008. Disponível em: <<https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/7362>>. Acesso em 07 fev. 2019.
- BEUREN, I. M.; ANGONESE, R. Instrumentos para determinação do índice de evidenciação de informações contábeis. **Revista Eletrônica de Estratégia & Negócios**, v.8, n. 1, 2015. Disponível em: <<http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/EeN/article/view/2415>>. Acesso em 15 fev. 2019.
- BEUREN, I. M.; GUBIANI, C. A.; SOARES, M. Estratégias de legitimidade de Suchman evidenciadas nos relatórios da administração de empresas públicas do setor elétrico. **Revista**

de **Administração Pública**, v. 47, n. 4, p. 849-875, 2013. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rap/article/view/9623>>. Acesso em 20 fev. 2019.

BROWN, N.; DEEGAN, C. The public disclosure of environmental performance information - a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. **Accounting and Business Research**, v. 29 n. 1, p. 21-41, 1998. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00014788.1998.9729564>>. Acesso em 15 abr. 2019.

CAPITALS: BACKGROUND PAPER FOR <IR>. **Integrated Reporting**. <IR>. 2013. Disponível em: <<http://www.theiirc.org/wp-content/uploads/2013/03/IR-Background-Paper-Capitals.pdf>>. Acesso em 05 fev. 2019.

CASTRO, M. N. **Relato integrado: um estudo sobre os indicadores-chave de desempenho não financeiro das empresas brasileiras**. 2015. 149f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Pernambuco, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/16057>>. Acesso em 14 mar. 2019.

CHIU, C. **Integrated Reporting Exploring the effects of Integrated Reporting in South Africa**. Erasmus University Rotterdam, 2016.

COELHO, A. M. C. **Towards the existence of integrated reporting: an international perspective**. 2016. 59f. Dissertação (Mestrado em Gestão) – Instituto Universitário de Lisboa, 2016. Disponível em: <<https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/14120/1/Towards%20the%20existence%20of%20IR%20-%20Ana%20Margarida%20Coelho.pdf>>. Acesso em 15 mar. 2019.

CONSULTATION DRAFT OF THE INTERNATIONAL <IR> FRAMEWORK. **Integrated Reporting**. <IR>. 2013. Disponível em: <<http://www.theiirc.org/wp-content/uploads/2013/06/Consultation-Draft-of-the-InternationalIRFramework-Portuguese.pdf>>. Acesso em 02 fev. 2019.

COSTA, I. L. de S.; CORREIA, T. de S.; PAULO, E.; LUCENA, W. G. L. Impacto do *Disclosure* Voluntário: Valor da Empresa e Informações Socioambientais nas Companhias Abertas. **Revista Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 21, n. 2, p. 271-287, 2018. Disponível em: <<https://cgg-amg.unb.br/index.php/contabil/article/view/1594>>. Acesso em 25 abr. 2019.

DANTAS, ET. AL. A dualidade entre os benefícios do *disclosure* e a relutância das organizações em aumentar o grau de evidenciação. *E & G Economia e Gestão*, v. 5, n. 11, p. 56-76, 2005. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/36406/a-dualidade-entre-os-beneficios-do-disclosure-e--->>. Acesso em 07 jun. 2019.

DIAS, C. P.; LIMA, F. R. N.; SILVA, T. B. de J.; & PINHEIRO, F. M. G. Evidenciação de informações socioambientais, teoria da legitimidade e isomorfismo: um estudo com mineradoras brasileiras. **Revista de Gestão e Contabilidade da UFPI**, v. 1, n.1, 2014. Disponível em: <<http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-08/index.php/GECONT/article/view/2281>>. Acesso em 18 abr. 2019.

DIAS, F. J. M. A pesquisa qualitativa sob a perspectiva da teoria da legitimidade, uma alternativa para explicar e prever políticas de evidenciação contábil. **IN: XXXII Encontro da ANPAD**, 2008. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/EPQ-B3131.pdf>>. Acesso em 12 fev. 2019.

DOWLING, J.; PFEFFER, J. Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. **The Pacific Sociological Review**, v. 18, n. 1, p. 122-136, 1975. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.2307/1388226?journalCode=spxa>>. Acesso em 25 set. 2019.

EXAMPLES DATABASE. **INTEGRATED REPORTING <IR>**. Disponível em: <http://examples.integratedreporting.org/search_reporter?x=32&y=21&organisation_region=2>. Acesso em 30 jan. 2019.

FIELD, A. Descobrir a estatística usando o SPSS. 2ª Edição. Porto Alegre: Artmed, 2009. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4320753/mod_resource/content/1/2011_Field%20%28completo%29Descobrir%20a%20estat%CC%81stica%20com%20SPSS.pdf>. Acesso em 15 jan. 2020.

FRIAS-ACEITUNO; ET. AL. Explanatory Factors of Integrated Sustainability and Financial Reporting. **Business Strategy and the Environment**, v. 23, p. 56-72, 2012. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/260333130_Explanatory_Factors_of_Integrated_Sustainability_and_Financial_Reporting>. Acesso em 20 out. 2019.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4ª Edição. São Paulo: Atlas, 2002.

GRAY, R.; KOUHY, R.; LAVERS, S. Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. **Accountability Journal**, v. 8, n. 2, p. 47-81, 1995. Disponível em: <<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/09513579510146996>>. Acesso em 23 jan. 2019.

HABBASH, M., HUSSAINY, K., AWAD, A. E. The determinants of voluntary disclosure in Saudi Arabia: an empirical study. **International Journal Accounting, Auditing and Performance Evaluation**, v. 12, n. 3, p. 213-236, 2016. Disponível em: <<https://ideas.repec.org/a/ids/ijaape/v12y2016i3p213-236.html>>. Acesso em 15 jul. 2019.

HERTGERS, I. Integrated reporting: **The implementation and development of integrated reporting at TenneT**. 2016. 133f. Dissertação (Mestrado em Economia, Contabilidade e Controladoria). 2016. Disponível em: <<https://theses.uibn.ru.nl/handle/123456789/1715>>. Acesso em 20 jan. 2020.

HUMMEL, K. CHRISTIAN; SCHLICK, C. The relationship between sustainability performance and sustainability disclosure – Reconciling voluntary disclosure theory and legitimacy theory. **Account. Public Policy**, v. 35, n. 5, p. 455-476. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278425416300333?via%3Dihub>>. Acesso em 05 dez. 2019.

JEROE, A. S. **Integrated Reporting, non-financial information and Financial Performance an empirical analysis of the first pilot companies of the International Integrated Reporting Council**. 2016. 85f. Dissertação (Mestrado em contabilidade, auditoria e controle) - Faculdade de Economia e Negócios, 2016. Disponível em: <https://thesis.eur.nl/pub/36492/MA672-Jeroe_372578-2-.pdf>. Acesso em 26 fev. 2019.

JOSIMOVSKI, M. **Integrated reporting and access to finance: evidence from european publicly traded firms**. 2017. 68f. Dissertação (Mestrado em Economia) - Faculdade de Economia e Negócios, 2017. Disponível em: <<https://lib.ugent.be/en/catalog/rug01:002351080>>. Acesso em 15 abr. 2019.

KLANN; R. C.; BEUREN, I. M. Características de empresas que influenciam o seu *disclosure* voluntário de indicadores de desempenho. **Brazilian Business Review - BBR**, v. 8, n. 2, p. 96-118, 2011. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.15728/bbr.2011.8.2.5>>. Acesso em 11 fev. 2019.

KÖHLER, K.; HOFFMANN, C. P. Integrated Reporting: Bridging Investor Relations and Strategic Management. **The Handbook of Financial Communication and Investor Relations**, 2018. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781119240822.ch19>>. Acesso em 05 ago. 2019.

KOSOVIC, KATARINA. **Integrated Reporting-Is it value relevant? A quantitative study on Johannesburg Stock Exchange**. 2013. 77f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Faculdade de Economia e Negócios. 2013. Disponível em: <<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:624126/FULLTEXT02.pdf>>. Acesso em 10 set. 2019.

KOULOUKOUI; ET; AL. Factors influencing the level of environmental disclosures in sustainability reports: Case of climate risk disclosure by Brazilian companies. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, p. 1-14, 2018. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/csr.1721>>. Acesso em 20 dez. 2019.

KRZUS, M. P. Integrated reporting: if not now, when? **Blickpunkt: Integrated Reporting**, IRZ, Heft 6, 2011. Disponível em: <<https://www.mikekrzus.com/downloads/files/IRZ-Integrated-reporting.pdf>>. Acesso em 25 abr. 2019.

KUSSABA, C. T. **Análise dos elementos de conteúdo do relato integrado: Itaú Unibanco e Natura – 2013 e 2014**. 2015. 146f. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, 2015. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-05022016-114515/pt-br.php>>. Acesso em 02 mar. 2019.

LEMOS, K. M.; RODRIGUES, L. L.; ARIZA, L. R. Determinantes do nível de divulgação de informação sobre instrumentos derivados: evidência empírica no mercado de capitais português. **Revista de Estudos Politécnicos**, v.7, n. 12, p. 145-175, 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.mec.pt/pdf/tek/n12/n12a09.pdf>>. Acesso em 20 fev. 2019.

MACIEL, P. A. **Relato integrado: análise da evolução da estrutura conceitual e sua aplicação nos relatórios das empresas no Brasil**. 2015. 173f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em:

<https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1065794/mod_resource/content/0/Dissertacao%20P aula%20Alvares%20Maciel.pdf>. Acesso em 10 fev. 2019.

MARTINS, R. B. **Metodologia científica**: como tornar mais agradável a elaboração de trabalhos acadêmicos. Curitiba: Juruá, 2006.

MOUSSA, G. A.; HASSAN, N. T. Legitimacy theory and environmental practices: short notes. **International Journal of Business and Statistical Analysis**, v. 2, n. 1, p. 41-53, 2015. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/289045509_Legitimacy_Theory_and_Environmental_Practices_Short_Notes>. Acesso em 10 jan. 2019.

MOREIRA, N. B.; DIAS F, J. M.; GOMES, S. M. da S.; CONCEIÇÃO, M. G. Fatores que Impactam a Divulgação Voluntária de Informações Socioambientais na Percepção dos Gestores. **REUNIR: Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**, v. 4, n. 1, p. 62-82, 2014. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/38212/fatores-que-impactam-a-divulgacao-voluntaria-de--->> 08 nov. 2019.

MURCIA, F. D. **Fatores determinantes do nível de disclosure voluntário de companhias abertas no Brasil**. 2009. 182f. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) – Universidade de São Paulo. 2009. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-16122009-121627/pt-br.php>>. Acesso em 05 out. 2019.

NIYAMA, J. K. **Teoria avançada da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2014.

NYLUND, E. **How does integrated reporting change sustainability communications? A study comparing companies' sustainability communications before and after integrated reporting**. 2017. Disponível em: <<https://aaltodoc.aalto.fi/handle/123456789/25073>>. Acesso em 13 abr. 2019.

O'DONOVAN, G. Environmental disclosures in annual report. Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 15, n. 3, p. 344-371, 2002. Disponível em: <<https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/09513570210435870>>. Acesso em 15 jan. 2019.

OLABUÉNAGA, J. I. R.; ISPIZUA, M. A. **La descodificación de la vida cotidiana: métodos de investigación cualitativa**. Bilbao: Universidad de Deusto, 1989. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/130220055/Ruiz-Olabuenaga-La-Descodificacion-de-La-Vida-Cotidiana>>. Acesso em 05 fev. 2019.

PATTEN, D. M. Seeking legitimacy. **Sustainability Accounting, Management and Policy Journal**, 2019. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/333685755_Seeking_legitimacy>. Acesso em 25 out. 2019.

PEIXOTO, N. O.; MARTINS, V. F. Relato integrado e a convergência com relatórios de sustentabilidade: um estudo em empresas brasileiras. **Revista de Auditoria Governança e Contabilidade - RAGC**, v.3, n.7, p. 23-36, 2015. Disponível em:

<<http://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/ragc/article/view/599>>. Acesso em 15 abr. 2019.

PEREIRA, D. A. C. **Relato Integrado: Utopia ou Realidade**. 2016. 89f. Dissertação (Mestrado em Contabilidade e Finanças) - Instituto Politécnico de Setúbal. Setúbal, 2016. Disponível em:

<<https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/14349/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Mestrado-%20Daniela%20Pereira.pdf>>. Acesso em 19 fev. 2019.

PISTONI; SONGINI. Corporate Social Responsibility Determinants: The Relation With CSR Disclosure. **Accounting and Control for Sustainability**, v. 26, p. 3-32, 2013. Disponível em: <[https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/S1479-3512\(2013\)0000026001/full/html](https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/S1479-3512(2013)0000026001/full/html)>. Acesso em 20 nov. 2019.

POCINHO, M. Estatística II: teoria e exercícios passo a passo, 2010. Disponível em: <<https://www.yumpu.com/pt/document/read/12592350/estatistica-ii-ismt>>. Acesso em 12 jan. 2020.

POIGNANT; A.; STENSIÖ, S. **The effect of integrated reporting on corporate environmental disclosure** a study on the implications of adopting the <IR> Framework. Stockholm school of economics. Master thesis in Accounting and Financial Management, 2014. Disponível em: <<http://arc.hhs.se/download.aspx?MediumId=2467>>. Acesso em 05 mar. 2019.

RAUPP, F. M.; BEUREN, I. M. **Metodologia da pesquisa aplicável às ciências sociais**. In: Beuren, I.M. Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática. 3. ed, p. 76-97. São Paulo: Atlas, 2006.

REZAEI, Z.; TSUI, J.; CHENG, P.; ZHOU, G. Sustainability Principles, Theories, Research and Education. **Business Sustainability in Asia: Compliance, Performance, and Integrated Reporting and Assurance**, p. 23-61, 2019. Disponível em: <<https://www.bookdepository.com/Business-Sustainability-Asia-Zabihollah-Rezaei/9781119502319>>. Acesso em 22 jan. 2020.

RICARDO, V. S.; BARCELLOS, S. S.; BORTOLON, P. M. Relatório de sustentabilidade ou relato integrado das empresas listadas na BM&FBOVESPA: fatores determinantes de divulgação. **Revista de Gestão Social e Ambiental - RGSA**, v. 11, n. 1, p. 90-104, São Paulo, 2017. Disponível em: <<https://rgsa.emnuvens.com.br/rgsa/article/view/1233>>. Acesso em 10 mar. 2019.

SALOTTI, B. M.; YAMAMOTO, M. M. Ensaio sobre a Teoria da Divulgação. **Brazilian Business Review**, v. 2, n. 1, p. 53-70, 2005. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/20541/ensaio-sobre-a-teoria-da-divulgacao>>. Acesso em 05 jul. 2019.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 2ª Edição. São Paulo: Cortez, 2017. Disponível em: <<https://www.google.com.br/search?hl=pt-BR&tbo=p&tbn=bks&q=isbn:8524925205>> Acesso em 05 abr. 2019.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, M. do C. C. A. **Tendências e Desafios da integração de informações financeiras e de sustentabilidade de quatro empresas brasileiras que adotaram o modelo de Relato Integrado em 2014**. 2014. 188p. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - PUC/SP, São Paulo, 2014. Disponível em: <<https://tede2.pucsp.br/handle/handle/1582>>. Acesso em 15 fev. 2019.

SLEWINSKI, E.; CAMACHO, R. R.; SANCHES, S. L. R. Análise Bibliométrica e Paradigmática da Produção Científica sobre Relato Integrado nos Periódicos Internacionais de Contabilidade. **IN: XV Congresso USP Controladoria e Contabilidade**. 2015. Disponível em: <<https://congressosp.fipecafi.org/anais/artigos152015/298.pdf>>. Acesso em 20 jan. 2020.

SOYKA, P. A. The International Integrated Reporting Council (IIRC) Integrated Reporting Framework: Toward Better Sustainability Reporting and (Way) Beyond. **Environmental Quality Management**, v. 23, n. 2, p. 1-14, 2013. Disponível em: <<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/tqem.21357>>. Acesso em 15 fev. 2019.

SUCHMAN, M. C. Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. **Academy of Management Review**, v. 20, n. 3, p. 571-610, 1995. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/258788?seq=1#page_scan_tab_contents>. Acesso em 15 jan, 2019.

THE INTERNATIONAL <IR> FRAMEWORK. **Integrated Reporting**. <IR>. Disponível em: <<http://www.theiirc.org/wp-content/uploads/2013/12/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK-2-1.pdf>>. Acesso em 06 fev. 2019.

TILLING, M. Communication at the Edge: Voluntary Social and Environmental Reporting in the Annual Report of a Legitimacy Threatened Corporation. **APIRA Conference Proceedings**, 2004. Disponível em: <<https://pdfs.semanticscholar.org/dec9/3ce4a999da374484a024edbb2dc26cb12924.pdf>>. Acesso em 25 set. 2019.

TOIT, E. D.; ZYL, R. V.; SCHUTTE, G. "Integrated reporting by South African companies: a case study", **Meditari Accountancy Research**, v. 25, n.4, p. 654-674, 2017. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/MEDAR-03-2016-0052>>. Acesso em 05 fev. 2019.

TUNICO, F. R. L. **Divulgação dos capitais não financeiros do relato integrado pelas empresas brasileiras de capital aberto: uma análise à luz da teoria institucional**. 2017 80f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Pernambuco. 2017. Disponível em: <<https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/25176/1/DISSERTA%C3%87AO%20Flavio%20Rodrigo%20Leal%20Tunico.pdf>>. Acesso em 05 jun. 2019.

VERRECCHIA, R. E. Essays on disclosure. **Journal of Accounting and Economics**, v. 32, p. 97-180, 2001. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0165410101000258>>. Acesso em 01 dez. 2019.

VIALI, L. **Testes de hipóteses não paramétricos**. Porto Alegre, 2008. Disponível em: http://www.mat.ufrgs.br/~viali/estatistica/mat2282/material/apostilas/Testes_Nao_Parametricos.pdf>. Acesso em 11 jan. 2020.

VILLIERS, C. de; RINALDI, L.; UNERMAN, J. Integrated Reporting: Insights, gaps and an agenda for future research. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 27, n. 14, p. 1042-106, 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/263418164_Integrated_Reporting_Insights_gaps_and_an_agenda_for_future_research>. Acesso em 10 ago. 2019.

ZARO, E. S. **Análise comparativa de relatos integrados das empresas brasileiras a luz da estrutura conceitual**. 2015. 170f. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/134964>>. Acesso em 12 abr. 2019.

ZUCKER, H. G. The variable nature of news media influence. **Coinniunication Yearbook**, 1978. Disponível em: <<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/23808985.1978.11923728>>. Acesso em 12 ago. 2019.