



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**MAXLEIDE NASCIMENTO CASTRO**

**RELATO INTEGRADO: UM ESTUDO SOBRE OS INDICADORES-CHAVE DE  
DESEMPENHO NÃO FINANCEIRO DAS EMPRESAS BRASILEIRAS**

**Recife**  
**2015**

**MAXLEIDE NASCIMENTO CASTRO**

**RELATO INTEGRADO: UM ESTUDO SOBRE OS INDICADORES-CHAVE DE  
DESEMPENHO NÃO FINANCEIRO DAS EMPRESAS BRASILEIRAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito para obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

**Orientador: Prof. Dr. Raimundo Nonato Rodrigues.**

**Recife  
2015**

Catálogo na Fonte  
Bibliotecária Ângela de Fátima Correia Simões, CRB4-773

C355r Castro, Maxleide Nascimento  
Relato integrado: um estudo sobre os indicadores-chave de desempenho não financeiro das empresas brasileiras / Maxleide Nascimento Castro. - Recife : O Autor, 2015.  
149 folhas : il. 30 cm.

Orientador: Prof. Dr. Raimundo Nonato Rodrigues.  
Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Pernambuco, CCSA, 2015.  
Inclui referências e apêndices.

1. Desenvolvimento sustentável. 2. Responsabilidade social da empresa. 3. Capital humano. 4. Capital intelectual. 5. Empresas brasileiras. I. Rodrigues, Raimundo Nonato (Orientador). II. Título.

657 CDD (22.ed.) UFPE (CSA 2015 –060)



**Programa de Pós-graduação  
Mestrado em Ciências Contábeis**



**Coordenação**

---

**“RELATO INTEGRADO: UM ESTUDO SOBRE OS  
INDICADORES-CHAVE DE DESEMPENHO NÃO  
FINANCEIROS DAS EMPRESAS BRASILEIRAS”.**

**Maxleide Nascimento Castro**

Dissertação submetida ao Corpo Docente do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Pernambuco e aprovada em 09 de março de 2015.

Banca Examinadora:

Orientador/Presidente: Raimundo Nonato Rodrigues (Dr.)

Examinador Interno: Aldemar de Araújo Santos (Dr.)

Examinador Externo: Orleans Silva Martins (Dr.)

Ao nosso Mestre Jesus Cristo, ao meu esposo,  
André Castro, a minha mãe, Marileide  
Nascimento, aos meus amigos. A vocês,  
dedico este trabalho.

## AGRADECIMENTOS

Nesta parte deixarei meus sinceros e estimados votos:

Ao nosso Mestre Jesus Cristo, por me guiar e dar forças nessa conquista.

Ao meu esposo, André, responsável por incentivar e estar sempre ao meu lado nesta longa caminhada.

À minha mãe e guerreira, Marileide, por ter me ensinado o caminho a seguir, mesmo sem as condições necessárias.

À minha querida Doutora e Professora Umbelina Lagioia, por ter sido a minha estrela guia na decisão que mudaria a minha vida. E pelo apoio durante esta caminhada.

À minha querida Mestre e Professora, Ângela Basante, por acreditar no potencial de uma aluna de graduação sedenta por seguir a carreira acadêmica.

À minha querida Doutora e Professora Lilian Outtes, que foi o meu farol nos momentos mais difíceis e indecisos da construção dessa dissertação.

Ao meu orientador, Raimundo Nonato, e a todos os Professores do programa, em especial o Doutor e Professor Marco Túllio pelos conselhos.

Aos Professores da Banca Examinadora Orleans Silva Martins e Aldemar de Araújo Santos, pelas considerações relevantes e valiosas para o término deste trabalho.

À todos meus amigos de turma 2013, em especial Juliana Gonçalves, Rodrigo Prazeres, Márcio Nunes e João Gabriel. Como também aos amigos da turma 2013 que me apoiaram, como Francisco de Assis, Lucivaldo Lourenço, Lívia Vilar, Karen Patrícia e outros, em especial Paulo César que foi mais que amigo, foi um irmão.

À minha amiga Natália Mary Oliveira de Souza, que esteve ao meu lado em todos os momentos finais dessa dissertação.

E a todos os amigos que não foram mencionados, mas que, estavam torcendo para essa conquista. Meus sinceros agradecimentos!

O pensamento integrado fornece uma visão mais holística da organização em termos de suas operações, riscos e oportunidades, e colabora para uma gestão mais sustentável de criação de valor para o futuro (A4S,2015).

## RESUMO

Desde 2009, há uma discussão em âmbito internacional acerca do pensamento corporativo integrado, que tem por finalidade integrar informações financeiras e não financeiras em um único relatório, que é denominado “Relato Integrado”. E para este estudo o objetivo foi verificar 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. Esta pesquisa se caracteriza exploratória-descritiva a partir de dados secundários, e utilizou-se como estratégia a pesquisa documental, como também a técnica de análise de conteúdo e estatística inferencial para complementar os resultados. A população consiste em 128 empresas listadas no segmento do Novo Mercado da BM&FBOVESPA, que divulgaram relatórios com informações não financeiras em 2012. Após a coleta dos dados, que compreendeu o período dos meses de setembro a outubro de 2014, somente 49% da população apresentaram alguma divulgação com informações não financeiras, assim amostra foi composta por 63 empresas. Para alcançar o objetivo proposto foi utilizado na análise dos relatórios um *checklist* composto por 34 indicadores-chave (KPIs), que resultou em um Índice de Divulgação de Capital por empresa e em seguida agrupado por setor, com a finalidade de verificar os níveis de aderências das empresas/setores aos indicadores-chave de capital não financeiro. De forma geral, observou-se que os níveis de aderência foram baixos, pois somente 6,3% das empresas obtiveram um nível Alto (nível 1), enquanto 39,7 % no nível 3 (moderado baixo) e 23,8% no nível 4 (baixo), somando 63,5% de aderência com força para baixo (0,50). Nesse sentido, verifica-se que o capital mais aderente foi o “Capital Natural”, com a maioria das empresas (38,1%) classificadas no Nível 2 de aderência, seguido de 14,3% classificadas no Nível 1, totalizando 52,4% de aderência. E o Capital Intelectual foi o menos aderente, apresentou a menor participação nos níveis elevados de aderência, pois a maioria das empresas (44,4%) encontra-se classificada como Nível 4 (baixo), e somente 6,3% (4) se classificam como Nível 1(alto). E ainda observou-se os índices de divulgação por setor no geral, destacou-se que somente três setores ficaram acima de 0,50: os setores “Utilidade pública” (0,64), “Telecomunicação” (0,62) e “Materiais básicos” (0,50). Enquanto que os setores de baixa aderência foram: “Financeiros e outros” (0,28) e “Consumo cíclico” (0,34). Para complementar o estudo, analisou-se o conteúdo dos indicadores quanto às características e às classificações, e, no geral, observou-se que 61% dos indicadores apresentam características “quantitativa não monetária”, e 58% apresentam classificação “Neutra”. Quanto às possíveis associações existentes, sugeriu-se, através da estatística, que, para a distribuição não normal, obteve-se associação significativamente positiva com a característica monetária ( $\rho=0,033$ ) e a classificação “Ruim” ( $\rho=0,532$ ); e na distribuição normal, a associação foi significativamente negativa com a característica “declarativa” ( $\rho=- 0,312$ ) e a classificação Neutra ( $\rho=- 0,267$ ). Esta pesquisa corrobora para o avanço dos estudos nesta temática, pois até 2014 há uma lacuna de trabalhos empíricos ligados ao “Relato Integrado”.

**Palavras chave:** Relatório Integrado; Capitais Não Financeiros; Indicadores-chave.

## ABSTRACT

Since 2009, there is an international discussion of integrated corporate thinking, which aims to integrate financial and non-financial information in a single report, which is called "Integrated Reporting". And for this study the objective was to verify that the grip levels of the Brazilian companies to key performance indicators of non-financial capital exposed in the part complementary, of the Framework of the draft "Integrated Reporting". Such capital is restricted to Natural Capital, Human Capital, Social Capital and Relationship and intellectual capital, and excluding Financial and manufactured capital. This research is characterized exploratory and descriptive based on secondary data, and used a strategy of documentary research, as well as the technique of content analysis and inferential statistics to complement the results. The population consists of 128 companies listed on the Novo Mercado segment of BM&FBOVESPA, which released reports with non-financial information in 2012. After collecting the data, which covered the period from September to October 2014, only 49% of the population had some disclosure with non-financial information and sample consisted of 63 companies. To achieve the proposed objective was used in the reports analysis, a checklist consisting of 34 key indicators (KPIs), which resulted in a Capital Disclosure Index by company and then grouped by sector, in order to check the levels of adhesion from companies/sectors to non-financial capital key indicators. Overall, it was observed that the grip levels were low, as only 6.3% of companies achieved a high level (level 1), while 39.7% at level 3 (moderately bass) and 23.8% in level 4 (low), totaling 63.5% of adhesion for down (0.50). In this sense, it appears that the most adherent capital was the "Natural Capital", with most companies (38.1%) classified as Level 2 of adhesion, followed by 14.3% classified at Level 1, totaling 52, 4% adhesion. And the Intellectual Capital was the least adherent, has the lowest participation in high levels of adhesion, because most companies (44.4%) is classified as Level 4 (low), and only 6.3% (4) are classified as Level 1 (high). And yet It was observed that the disclosure indexes by sector in general, it was highlighted that only three sectors were above 0.50: sectors "public utility" (0.64) "Telecommunications" (0.62) and "basic materials" (0.50). While the low-grip sectors were: "financial and other" (0.28) and "cyclical consumption" (0.34). To complement the study, we analyzed the content of the indicators concerning the characteristics and classifications, and overall, it was observed that 61% of the indicators have "non-monetary quantitative" characteristics, and 58% are rated "Neutral". As for the possible associations, it is suggested by statistics, that for the non-normal distribution, we obtained significantly positive association with monetary characteristics ( $\rho = 0.033$ ) and a rating of "Poor" ( $\rho = 0.532$ ); and normal distribution, the association was significantly negative with the "declarative" feature ( $\rho = - 0.312$ ) and the classification Neutral ( $\rho = - 0.267$ ). This research supports the advance studies on this topic, until 2014 there is a lack of empirical work related to the "Integrated Reporting".

**Keywords:** Integrated Report; Nonfinancial capital; Key indicators.

## LISTA DE QUADROS

|   |     |
|---|-----|
| Quadro 1 – Empresas Brasileiras – Programa Piloto do Relato Integrado.....            | 22  |
| Quadro 2 – Estudos Anteriores.....  | 23  |
| Quadro 3 – Evolução Histórica da Legislação Ambiental .....                           | 28  |
| Quadro 4 – Elementos do Conteúdo.....   | 34  |
| Quadro 5 – Conceitos dos Capitais não financeiros – Relato Integrado .....            | 37  |
| Quadro 6 – KPIs - Capitais não financeiros .....                                      | 38  |
| Quadro 7 – População e Amostra .....  | 40  |
| Quadro 8 – <i>Checklist</i> – Indicadores-chave de desempenho .....                   | 43  |
| Quadro 9 – <i>Checklist</i> – Característica da Informação .....                      | 46  |
| Quadro 10 – Classificações dos Indicadores-chave de Capitais.....                     | 47  |
| Quadro 11 – KPIs “quantitativa não monetária” - Capital Natural .....                 | 83  |
| Quadro 12 – Indicador de Capital Natural – KPI 6 .....                                | 85  |
| Quadro 13 – Indicadores-chave de desempenho – Capital Natural.....                    | 86  |
| Quadro 14 – KPIs “quantitativa não monetária” - Capital Humano .....                  | 90  |
| Quadro 15 – Indicadores-chave de desempenho- Capital Humano .....                     | 91  |
| Quadro 16 – Indicador de Capital Humano – KPI 3 .....                                 | 95  |
| Quadro 17 – Indicador de Capital Humano – KPI 6 .....                                 | 95  |
| Quadro 18 – Indicadores-chave de desempenho - Capital Social e de Relacionamento..... | 98  |
| Quadro 19 – Indicadores-chave de desempenho – Capital Intelectual.....                | 105 |
| Quadro 20 – Indicador Capital Intelectual – KPI 4 .....                               | 105 |

## LISTA DE TABELAS

|   |    |
|---|----|
| Tabela 1 – Variáveis Dicotômicas – Relatórios .....   | 39 |
| Tabela 2 – Títulos dos relatórios divulgados.....   | 50 |
| Tabela 3 – Modelo de Relatório .....  | 51 |
| Tabela 4 – Citação de Capitais – Relatórios.....  | 52 |
| Tabela 5 – Quantidade de Páginas por Setor.....   | 53 |
| Tabela 6 – Divulgação de Indicadores – Capital Natural.....                                 | 54 |
| Tabela 7 – Quantitativo de divulgação por KPIs – Capital Natural .....                      | 54 |
| Tabela 8 – Frequência de Divulgação por Setor - Capital Natural (%).....                    | 56 |
| Tabela 9 – Índice médio de divulgação por setor - Capital Natural .....                     | 58 |
| Tabela 10 – Níveis de Aderência ao Capital Natural .....                                    | 59 |
| Tabela 11 – Divulgação de Indicadores – Capital Humano .....                                | 60 |
| Tabela 12 – Quantitativo de divulgação por KPIs - Capital Humano .....                      | 61 |
| Tabela 13 – Frequência de Divulgação por Setor - Capital Humano.....                        | 62 |
| Tabela 14 – Índice Médio de divulgação por setor - Capital Humano.....                      | 65 |
| Tabela 15 – Níveis de Aderência ao Capital Humano.....                                      | 65 |
| Tabela 16 – Divulgação de Indicadores – Capital Social e de Relacionamento .....            | 66 |
| Tabela 17 – Quantitativo de divulgação por KPIs - Capital Social e de Relacionamento .....  | 67 |
| Tabela 18 – Frequência de Divulgação por setor - Capital Social e de Relacionamento.....    | 68 |
| Tabela 19 – Índice Médio de divulgação por setor - Capital Social e de Relacionamento ..... | 70 |
| Tabela 20 – Níveis de Aderência ao Capital Social e de Relacionamento.....                  | 71 |
| Tabela 21 – Divulgação de Indicadores – Capital Intelectual .....                           | 72 |
| Tabela 22 – Quantitativo de divulgação por KPIs - Capital Intelectual.....                  | 72 |
| Tabela 23 – Frequência de Divulgação por Setor - Capital Intelectual.....                   | 73 |
| Tabela 24 – Índice médio de divulgação por setor - Capital Intelectual .....                | 75 |
| Tabela 25 – Níveis de Aderência ao Capital Intelectual .....                                | 76 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabela 26 – <i>Ranking</i> – Divulgação Geral dos Indicadores .....                  | 78  |
| Tabela 27 – Nível de Divulgação Geral - <i>Ranking</i> .....                         | 79  |
| Tabela 28 – Níveis de Aderência Geral – Capital Geral .....                          | 80  |
| Tabela 29 – Teste de Normalidade – Capital Natural .....                             | 113 |
| Tabela 30 – Correlação de <i>Spearman rho</i> – Capital Natural.....                 | 114 |
| Tabela 31 – Teste de Kruskal Wallis – Capital Natural .....                          | 115 |
| Tabela 32 – Teste de Normalidade – Capital Humano.....                               | 116 |
| Tabela 33 – Correlação de <i>Spearman rho</i> – Capital Humano.....                  | 117 |
| Tabela 34 – Kruskal Wallis IDCH por setor – Capital Humano.....                      | 117 |
| Tabela 35 – Teste de Normalidade – Capital Social e de Relacionamento.....           | 119 |
| Tabela 36 - Correlação de Spearman rho – Capital Social e de Relacionamento .....    | 119 |
| Tabela 37 – Kruskal Wallis IDCSR por setor - Capital Social e de Relacionamento..... | 120 |
| Tabela 38 – Teste de Normalidade – Capital Intelectual.....                          | 122 |
| Tabela 39 – Coeficiente de Correlação de Spearman – Capital Intelectual .....        | 122 |
| Tabela 40 – Kruskal Wallis IDCI por setor - Capital Intelectual .....                | 123 |
| Tabela 41 – Teste de Normalidade – Capital Geral.....                                | 124 |
| Tabela 42 – Coeficiente de Correlação de Pearson – Capital Geral.....                | 125 |
| Tabela 43 – Coeficiente de Correlação de Spearman – Capital Geral .....              | 125 |
| Tabela 44 – Kruskal Wallis IDCG por setor - Capital Geral.....                       | 126 |

## LISTA DE GRÁFICOS

|   |     |
|---|-----|
| Gráfico 1 – Índice médio de Divulgação por setor – Capital Geral .....                                      | 79  |
| Gráfico 2 – Níveis de Aderência Geral .....   | 81  |
| Gráfico 3 – Características por Indicadores-chave de desempenho – Capital Natural .....                     | 84  |
| Gráfico 4 – Características dos indicadores por setores – Capital Natural .....                             | 85  |
| Gráfico 5 – Classificações por Indicadores-chave de desempenho – Capital Natural .....                      | 87  |
| Gráfico 6 – Classificações dos indicadores por setores - Capital Natural.....                               | 88  |
| Gráfico 7 – Características por Indicadores-chave de desempenho - Capital Humano .....                      | 92  |
| Gráfico 8 – Características dos indicadores por setores- Capital Humano .....                               | 93  |
| Gráfico 9 – Classificações por Indicadores-chave de desempenho – Capital Humano .....                       | 94  |
| Gráfico 10 – Classificações dos indicadores por setores – Capital Humano .....                              | 97  |
| Gráfico 11 – Características por Indicadores-chave de desempenho - Capital Social e de Relacionamento ..... | 98  |
| Gráfico 12 – Características dos indicadores por setores - Capital Social e de Relacionamento .....         | 100 |
| Gráfico 13 – Classificações por Indicadores-chave de desempenho - Capital Social e de Relacionamento .....  | 101 |
| Gráfico 14 – Classificações dos indicadores por setores - Capital Social e de Relacionamento .....          | 103 |
| Gráfico 15 – Classificações por Indicadores-chave de desempenho – Capital Intelectual ....                  | 107 |
| Gráfico 16 – Características dos indicadores por setores – Capital Intelectual.....                         | 108 |
| Gráfico 17 – Características dos indicadores totais por setores – Capital Geral.....                        | 110 |
| Gráfico 18 – Capitais não financeiros por classificações – Capital Geral.....                               | 111 |
| Gráfico 19 – Classificações dos indicadores totais por setores – Capital Geral.....                         | 112 |

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

|  |     |
|--|-----|
| Figura 1 – Capitais financeiros e não financeiros.....   | 35  |
| Figura 2 – Conceitos Fundamentais no Processo Organizacional.....  | 36  |
| Figura 3 – Fluxograma das etapas de análise dos relatórios.....  | 49  |
| Figura 4 – Frequências das características nos indicadores – Capital Natural.....                        | 83  |
| Figura 5 – Frequências das classificações nos indicadores – Capital Natural.....                         | 86  |
| Figura 6 – Frequência das características nos indicadores – Capital Humano.....                          | 89  |
| Figura 7– Frequências das classificações nos indicadores- Capital Humano .....                           | 93  |
| Figura 8 – Frequências das características nos indicadores – Capital Social e de Relacionamento .....    | 97  |
| Figura 9 – Frequências das classificações nos indicadores - Capital Social e de Relacionamento .....     | 101 |
| Figura 10 – Características das informações nos indicadores – Capital Intelectual.....                   | 104 |
| Figura 11– Indicador de Capital Intelectual – KPI 8.....   | 106 |
| Figura 12 –Indicador de Capital Intelectual – KPI 1 .....  | 106 |
| Figura 13 – Frequências das características nos indicadores totais – Capital Geral .....                 | 109 |
| Figura 14 – Frequências das classificações nos indicadores totais – Capital Geral .....                  | 111 |
| Figura 15 – <i>Box Plot</i> - Índices de Divulgação por Setor - Capital Natural .....                    | 115 |
| Figura 16 – <i>Box Plot</i> - Índices de Divulgação por Setor - Capital Humano .....                     | 118 |
| Figura 17 – <i>Box Plot</i> – Índices de Divulgação por Setor - Capital Social e de Relacionamento ..... | 121 |
| Figura 18 – <i>Box Plot</i> – Índices de Divulgação por Setor - Capital Intelectual .....                | 123 |
| Figura 19 – <i>Box Plot</i> - Índices de Divulgação por Setor - Capital Geral .....                      | 126 |

## LISTA DE EQUAÇÃO

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Equação1- Índice de Divulgação..... | 44 |
|-------------------------------------|----|

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

|             |  |
|-------------|--|
| A4S         | The Prince's Accounting for Sustainability Project                 |
| ABRASCA     | Associação Brasileira das Companhias Abertas                       |
| BM&FBOVESPA | Bolsa de Mercado e Futuro da Bolsa de Valores de São Paulo         |
| BNDES       | Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social               |
| CDP         | Carbon Disclosure Program  |
| CDSB        | Climate Disclosure Standards Board                                 |
| CEBDS       | Desenvolvimento Sustentável  |
| CVM         | Comissão de Valores Mobiliários                                    |
| DS          | Desenvolvimento Sustentável  |
| FASB        | Financial Accounting Standards Board                               |
| FEBRABAN    | Federação Brasileira dos Bancos                                    |
| FIPECAFI    | Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras |
| GRI         | Global Reporting Initiative  |
| IASB        | International Accounting Standards Board                           |
| IBASE       | Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas              |
| IBCG        | Instituto Brasileiro de Governança Corporativa                     |
| IBRACON     | Instituto dos Auditores Independentes do Brasil                    |
| IBRI        | Instituto Brasileiro de Relações com Investidores                  |
| IDCG        | Índice de Divulgação de Capital Geral                              |
| IDCH        | Índice de Divulgação de Capital Humano                             |
| IDCI        | Índice de Divulgação de Capital Intelectual                        |

|        |  |
|--------|--|
| IDCN   | Índice de Divulgação de Capital Natural                    |
| IDCSR  | Índice de Divulgação de Capital Social e de Relacionamento |
| IIRC   | International Integrated Reporting Council                 |
| IIRC   | International Integrated Reporting Council                 |
| IPSASB | International Public Sector Accounting Standards Board     |
| IR     | Integrated Reporting                                       |
| ISO    | International Organization for Standardization             |
| KPI    | Key Performance Indicators                                 |
| MOU    | Memorandum of Understanding                                |
| NBCT15 | Norma Brasileira de Contabilidade Técnica número 15        |
| ONU    | Organização das Nações Unidas                              |
| PNMC   | Política Nacional de Mudanças Climáticas                   |
| PNRS   | Política Nacional de Resíduo Sólidos                       |
| RI     | Relato Integrado   |
| SASB   | Sustainability Accounting Standards Board                  |
| SE     | Sustentabilidade Empresarial                               |
| RSE    | Responsabilidade Social Empresarial                        |
| SPSS   | Software Statistical Package for the Social Sciences       |

## SUMÁRIO

|            |   |           |
|------------|---|-----------|
| <b>1</b>   | <b>INTRODUÇÃO.....</b>  | <b>17</b> |
| <b>1.1</b> | <b>Caracterização do problema.....</b>  | <b>18</b> |
| <b>1.2</b> | <b>OBJETIVO.....</b>  | <b>20</b> |
| 1.2.1      | Objetivo Geral.....   | 20        |
| 1.2.2      | Objetivos Específicos .....   | 20        |
| <b>1.3</b> | <b>Justificativa.....</b>   | <b>20</b> |
| <b>2</b>   | <b>REVISÃO DA LITERATURA.....</b>   | <b>24</b> |
| <b>2.1</b> | <b>Desenvolvimento Sustentável.....</b>   | <b>24</b> |
| <b>2.2</b> | <b>Sustentabilidade Empresarial.....</b>  | <b>26</b> |
| <b>2.3</b> | <b>Responsabilidade Social Empresarial.....</b>   | <b>29</b> |
| <b>2.4</b> | <b>Prestação De Contas (Accountability) Da Sustentabilidade – Divulgações Não Financeiras .....</b> | <b>30</b> |
| <b>2.5</b> | <b>Relato Integrado .....</b>   | <b>33</b> |
| <b>3</b>   | <b>METODOLOGIA.....</b>   | <b>39</b> |
| <b>3.1</b> | <b>População e Amostra.....</b>   | <b>39</b> |
| <b>3.2</b> | <b>Coleta de dados .....</b>  | <b>40</b> |
| <b>3.3</b> | <b>Tratamento dos dados .....</b>   | <b>41</b> |
| 3.3.1      | Análise Descritiva.....   | 41        |
| 3.3.2      | Análise de Conteúdo.....  | 45        |
| 3.3.3      | Análise Inferencial.....  | 47        |
| <b>4</b>   | <b>ANÁLISE DOS DADOS: RESULTADOS E DISCUSSÕES .....</b>   | <b>49</b> |
| <b>4.1</b> | <b>Análise descritiva - Características dos Relatórios.....</b>                                     | <b>50</b> |
| <b>4.2</b> | <b>Análise descritiva - Indicadores-Chave de Desempenho (KPIs) .....</b>                            | <b>53</b> |
| <b>4.3</b> | <b>Análise de conteúdo .....</b>  | <b>81</b> |

|  |  |            |
|--|--|------------|
| 4.3.1  | Características e Classificações dos Indicadores .....   | 81         |
| <b>4.4</b>   | <b>Análise inferencial.....</b>  | <b>113</b> |
| 4.4.1  | Associações.....   | 113        |
| <b>5</b>   | <b>CONCLUSÃO, LIMITAÇÕES E SUGESTÕES PARA TRABALHOS</b>  |            |
| <b>FUTUROS .....</b>   | <b>FUTUROS .....</b>   | <b>127</b> |
| <b>REFERÊNCIAS.....</b>  | <b>REFERÊNCIAS.....</b>  | <b>130</b> |
| <b>APÊNDICE A – Parâmetros de Classificação (Boa) do Indicador .....</b>                           | <b>APÊNDICE A – Parâmetros de Classificação (Boa) do Indicador .....</b>                           | <b>138</b> |
| <b>APÊNDICE B - Parâmetros de Classificação (Ruim) do Indicador .....</b>                          | <b>APÊNDICE B - Parâmetros de Classificação (Ruim) do Indicador .....</b>                          | <b>139</b> |
| <b>APÊNDICE C – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Natural .....</b>                       | <b>APÊNDICE C – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Natural .....</b>                       | <b>140</b> |
| <b>APÊNDICE D – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Humano.....</b>                         | <b>APÊNDICE D – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Humano.....</b>                         | <b>142</b> |
| <b>APÊNDICE E – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Social e de<br/>Relacionamento.....</b> | <b>APÊNDICE E – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Social e de<br/>Relacionamento.....</b> | <b>144</b> |
| <b>APÊNDICE F - – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Intelectual.....</b>                  | <b>APÊNDICE F - – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Intelectual.....</b>                  | <b>146</b> |
| <b>APÊNDICE G – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Geral.....</b>                          | <b>APÊNDICE G – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Geral.....</b>                          | <b>148</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

Relatórios Integrados (RI) é a mais recente proposta de inovação na comunicação empresarial no reporte de desempenho financeiro e não financeiro das empresas (Villiers *et al.*, 2014). Desde a década de 1960, os relatórios reportados eram meramente financeiros, já em meados dos anos 80, além das tradicionais demonstrações contábeis, novos relatórios foram adicionados tais como os de governança, administração e ambiental. Porém, no século XXI, ampliaram-se as comunicações a partir da divulgação do relatório de sustentabilidade, que abrange os aspectos econômicos, ambientais e sociais da organização. E essa tendência segue para 2020, com o objetivo de transformar todos esses relatórios no “Relato Integrado - RI” (IIRC, 2011).

Segundo Eccles e Krzus (2011), estes relatórios estão presentes nos sítios eletrônicos corporativos para o fornecimento de informações financeiras e não financeiras, por vezes, podem conflitar-se entre si e até ferir o propósito de uma comunicação completa. Esse possível choque poderia afetar tanto a clareza quanto a compreensão dos usuários dessas informações.

Para minimizar os possíveis conflitos existentes nas divulgações reportadas pelas empresas, houve no *The Prince's Accounting for Sustainability Project (A4S)*, no *St. James's Palace*, em Londres, no ano de 2009, uma vigorosa discussão sobre a ideia e o significado de um Relatório Integrado. O encontro reuniu organizações com perspectivas diferentes, incluindo investidores, formuladores de normas, empresas, entidades contábeis, representantes da Organização das Nações Unidas (ONU) e membros da sociedade civil (A4S, 2009).

Após as discussões sobre a integração dos relatórios corporativos, chegaram ao consenso sobre um pensamento integrado que fosse capaz de alinhar as dimensões financeiras e não financeiras na criação de valor de uma organização. E sobre estas, quando se trata do desenvolvimento sustentável, os líderes do G-20 já tinham alertado anteriormente sobre a preocupação mundial em nivelar o desenvolvimento econômico ao sustentável (ECCLES; KRZUS, 2011).

Em resposta, algumas companhias começaram a publicar relatórios integrados, sob a forma de um documento, que fornece um resumo coerente de informações, facilitando a tomada de decisões por diferentes partes interessadas (Sanchez *et al.*, 2013).

Perez Junior *et al.* (2014) esclarecem que a ideia do relatório integrado não significa "apenas mais um relatório", e sim a integração de informações financeiras e não financeiras resultante do efeito da utilização dos recursos pelas organizações. Tal qual a proposta do Relato Integrado (RI), foca estrategicamente no relato de valor a partir do alinhamento do modelo de negócio com a utilização de seus capitais (financeiro, manufaturado, intelectual, humano, social e de relacionamento).

A possibilidade de concretização da estrutura conceitual do Relato Integrado, se deu a partir da parceria entre as seguintes instituições: *Carbon Disclosure Program (CDP)*, *Climate Disclosure Standards Board (CDSB)*, *Financial Accounting Standards Board (FASB)*, *Global Reporting Initiative (GRI)*, *International Accounting Standards Board (IASB)*, *International Integrated Reporting Council (IIRC)*, *International Public Sector Accounting Standards Board (IPSASB)*, *International Organization for Standardization (ISO)* e *Sustainability Accounting Standards Board (SASB)*, que se uniram com o objetivo de propor uma integração entre todas as dimensões relacionadas à operação da empresa (IIRC, 2014).

O *International Integrated Reporting Council (IIRC)*, em 2011, lançou o programa piloto chamado "Relato Integrado – RI" e, em 2013, emitiu o *Framework - Estrutura Conceitual do RI*, que foi guiado por conceitos fundamentais de capitais, modelo de negócios e criação de valor com o objetivo de promover uma abordagem mais coesa e eficiente na comunicação corporativa. Este arcabouço teórico pretende dar suporte para os provedores de capital financeiro ao permitir uma alocação eficiente e produtiva dos capitais, além de conectar os diversos fatores relacionados com a organização (IR, 2013a).

Segundo Cheng *et al.* (2014), os Relatórios Integrados (RI) apresentam novas oportunidades de pesquisas, considerando que, esse modelo de relatório está em fase de desenvolvimento, e ainda não há possibilidade de medir os efeitos que esses novos relatórios causaram nas partes interessadas.

## **1.1 Caracterização do problema**

Desde a década de 1980, há esforços para padronização contábil ao redor do mundo, o formato utilizado pelas empresas para divulgar seu desempenho financeiro mudou, tal como os riscos e as oportunidades inerentes ao negócio (FRENCH, 2013). Essas mudanças promoveram a inovação na comunicação das empresas aos seus usuários. Dascalu (2008)

ênfatiza que as empresas tendem a ter uma posição competitiva mais forte quando não utilizam somente a contabilidade tradicional, mas também as informações do seu modelo de negócio alinhado à criação de valor a partir do desempenho das dimensões socioambientais, como apoio na tomada de decisão.

Daub (2005) discorreu que as empresas precisam justificar suas ações para um público crítico e ainda devem comunicar-se além dos aspectos econômicos de suas operações, pois o comportamento dos *stakeholders* em relação às informações reportadas mudou ao longo do tempo, e agora terá que propor um tratamento adequado e amplo nas questões sociais e ambientais.

Neste sentido a divulgação dos capitais financeiros e não financeiros de uma organização tem o papel de sustentar, teoricamente, o conceito de geração de valor e também de direcionar as empresas para que assegurem todas as formas de capitais por elas utilizadas ou afetadas (IR, 2013a).

A apresentação de forma clara e objetiva dos fluxos de capitais depende também de indicadores quantitativos, tais como os KPIs (*Key Performance Indicators*), que podem ajudar no aumento da comparabilidade, sendo particularmente úteis para expressar e relatar em comparação com as metas estabelecidas (IR,2014).

O estudo anterior do IIRC, intitulado “*Capitals*”, identificou 34 indicadores-chave de desempenho específico – KPIs – de capitais não financeiros mais comuns nos relatórios das empresas inscritas no programa piloto do Relato Integrado em 2013 (IIRC,2013).

Mediante a escassez de estudos empíricos, que tratam dos indicadores-chave de desempenho não financeiros, conforme expostos no *draft* do Relato Integrado (RI) e ao processo de adequação das empresas a esses KPIs em seus sítios eletrônicos, levanta-se o seguinte questionamento: **Quais são os níveis de aderência das empresas brasileiras de capital aberto aos indicadores-chave de desempenho dos capitais não-financeiros?**

## **1.2 OBJETIVO**

### **1.2.1 Objetivo Geral**

O objetivo geral é verificar os níveis de aderência das empresas brasileiras de capital aberto aos indicadores-chave de desempenho dos capitais não financeiros. Essa aderência é composta por quatro níveis (quartis): Nível 1 - Alto (0,75 a 1,00), Nível 2 - Alto Moderado (0,50 a 0,75), Nível 3 - Baixo Moderado (0,25 a 0,50) e Nível 4 - Baixo (0,00 a 0,25).

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Calcular o índice de divulgação de indicadores-chave por tipo de capital não financeiro;
- Identificar os níveis de aderências das empresas brasileiras aos indicadores-chave de desempenho dos capitais não financeiros;
- Distinguir as características e classificações dos indicadores-chave de capitais não financeiros divulgados;
- Verificar possíveis associações existentes entre os índices de divulgações e as respectivas características e classificações dos indicadores-chave de capitais não financeiros divulgados pelas empresas estudadas.

## **1.3 Justificativa**

Nos últimos 20 anos houve um desenvolvimento considerável na literatura acadêmica sobre sistemas de contabilidade e prestação de contas para a gestão combinada e a comunicação de desempenho financeiro e não financeiro (Villiers, *et al.* 2014). Gray (2010) já havia realizado um ensaio teórico com o objetivo de iniciar uma autocrítica da contabilidade para a sustentabilidade através de um exame de significados e contradições no desenvolvimento sustentável, e obteve várias narrativas com sugestões de um

desenvolvimento misto e condicional, que desafiam o campo dos negócios com reivindicações de sustentabilidade.

A partir dessas perspectivas, o Relato Integrado tem a proposta de incentivar o diálogo entre os relatórios corporativos de informações financeiras e não financeiras (sustentabilidade), e ainda influenciar a inovação no mundo dos negócios por intermédio de uma linguagem simples sobre os fluxos de capitais financeiros e não financeiros que resultam na criação de valor da empresa ao longo do tempo (IIRC, 2013).

Domenici (2013) afirma que o “Relatório Integrado” (RI) é um tema que vem sendo abordado nos últimos anos e reúne cada vez mais argumentos para que as empresas possam reconhecê-lo como uma ferramenta de gestão que vai melhorar suas relações com investidores, acionistas e com a sociedade como um todo.

Para isso, o IASB (*International Accounting Standards Board*) e o IIRC (*International Integrated Reporting Council*) formalizaram, em 04 de fevereiro de 2013, um acordo de cooperação intitulado MOU (*Memorandum of Understanding*) (FIPECAFI, 2013). Segundo o informativo da FIPECAFI (2013):

O objetivo do memorando é articular as bases e princípios de cooperação entre as partes para promover a harmonização global e clareza entre os relatórios corporativos e os aspectos de sustentabilidade na forma de “Relatos Integrados” ou “*One Report*” (antes traduzido incorretamente como Relatórios Integrados).

A BM&FBOVESPA também expressa seu apoio ao IIRC – *International Integrated Reporting Council*, que tem como missão criar um modelo globalmente aceito para relato integrado (BM&FBOVESPA, 2014). No ano de 2014, o referido órgão promoveu o início do Ciclo 2014 do “Relate ou Explique” como um processo de evolução no movimento internacional de integração de informações financeiras e não financeiras nos relatórios anuais corporativos, denominada “Relate ou Explique para Relatório de Sustentabilidade ou Integrado” (BM&FBOVESPA, 2014).

Nesse sentido, o Comitê de Orientação de Divulgação (CODIM) lança o Pronunciamento de Melhores Práticas para preparação e divulgação dos Relatórios Anuais e de Sustentabilidade, esse evento colaborou ainda mais com as boas práticas de prestação de contas aos investidores, especialmente para as empresas que já incorporam o GRI - *Global Reporting Initiative* e se preparam para a divulgação do Relato Integrado (BIAVA, 2014).

Desde o lançamento do Programa Piloto do Relato Integrado, várias empresas de diversos setores ao redor do mundo divulgaram no site do IIRC sua adoção ao programa. Até setembro de 2014, 70 empresas sinalizaram que estão no processo de integração, e dentre elas 5, são empresas brasileiras.

Quadro 1 – Empresas Brasileiras – Programa Piloto do Relato Integrado

| <b>Setor</b>               | <b>Empresa</b> | <b>Quantidade</b> |
|----------------------------|----------------|-------------------|
| <b>Energia</b>             | CPFL Energia   | 1                 |
| <b>Banco</b>               | BNDES          | 2                 |
|                            | Itaú Unibanco  |                   |
| <b>Transporte</b>          | CCR            | 1                 |
| <b>Cuidados Pessoais</b>   | Natura         | 1                 |
| <b>Serviços de suporte</b> | Via Gutenberg  | 1                 |
| <b>Total de Empresas</b>   |                | <b>5</b>          |

Fonte: dados da pesquisa (2014)

Os estudos que contemplam o tema do Relato Integrado (RI), ainda estão tímidos, mas podemos observar um avanço na temática conforme o Quadro 2.

Quadro 2 – Estudos Anteriores

| Autores                             | Objetivo  | Resultados  |
|-------------------------------------|---|---|
| Dragu e Tudor (2013)                | Investigar se há uma correlação entre a adoção voluntária de relatórios integrados e os fatores políticos, culturais e econômicos externos, baseado na teoria institucional.  | As evidências são de que o fator político, cultural e econômico, estão influenciando a adoção dos relatórios integrados.  |
| Garcia-Sanchez <i>et al.</i> (2013) | Analisar o impacto do sistema cultural nacional <i>Hofstede</i> , que representa os valores dos <i>stakeholders</i> locais, nos relatórios integrados, em comparação com a disponibilização de documentos que contém o desempenho das empresas. | Os resultados obtidos mostram que as empresas localizadas em sociedades com forte coletivista e valores feministas estão na vanguarda da integração de informações.   |
| Frías-Aceituno <i>et al.</i> (2013) | Analisar a influência de um dos fatores institucionais mais importantes, o sistema legal, sobre o desenvolvimento de relatórios integrados.   | Os resultados mostram que as empresas localizadas em países de direito civil, e onde os índices de lei e ordem são altos, são mais propensos a criar e publicar uma ampla gama de relatórios integrados, favorecendo, assim, a tomada de decisão dos diferentes <i>stakeholders</i> .   |
| Lodhia (2014)                       | Explorar a transição para relatórios integrados por um banco (referido como <i>Good Bank</i> ) e identificar os controladores desta transição, fornecendo assim subsídios para outras empresas que procuram se engajar em tais relatórios.      | O Good Bank, está habilitado para fazer a transição para o relatório integrado, já que , sua estrutura organizacional contempla a responsabilidade econômica, ambiental e social, juntamente com os valores e metas corporativos.   |
| Haller e Staden (2014)              | Contribuir para as discussões atuais sobre o conceito de Relatórios Integrados (IR) e fornecer uma proposta prática e útil de um instrumento que poderia ajudar a aplicar o conceito de IR na prática empresarial.                              | Baseado em uma revisão abrangente da literatura e de pesquisa internacional, o artigo argumenta que a estrutura de apresentação da medida tradicional de "valor adicionado" em uma "demonstração do valor adicionado" chamado (DVA) tem o potencial de servir como uma prática e instrumento de comunicação eficaz para IR.   |
| Villiers <i>et al.</i> (2014)       | O objetivo deste trabalho é sintetizar conhecimentos de contabilidade e prestação de contas, no rápido crescimento da pesquisa no campo de comunicação integrada e propõe uma agenda abrangente para futuras pesquisas nesta área.              | O trabalho mostra que o rápido desenvolvimento da política de comunicação integrada, e os desenvolvimentos iniciais da prática, apresentam desafios teóricos e empíricos por causa das diferentes maneiras em que os relatórios integrados é compreendido e adotados dentro das instituições.   |
| Higgins <i>et al.</i> (2014)        | Explorar como os gestores estão se antecipando, para contribuir com a adoção e institucionalização do relato integrado (RI) nas empresas australianas.  | Duas narrativas principais dominam a experiência dos nossos gestores: (1) IR como narração de histórias e (2) IR como corresponder às expectativas.<br><br>Estas duas narrativas são construídas simultaneamente e eles montaram parcelas contrastantes em relação a acontecimentos relevantes, responsabilidades e personagens. E a estratégia da empresa, e seu engajamento na solução de problemas atuais. |

Fonte: Elaboração própria

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

Nesta seção é apresentada a revisão de literatura, em que são abordados assuntos referentes à trajetória do Desenvolvimento Sustentável até a integração de informação não financeira.

### 2.1 Desenvolvimento Sustentável

Até a década de 1970, predominava o modelo de crescimento econômico pós-industrial, que estimulava o consumo em massa, a alta produtividade, a rentabilidade das empresas e a exploração dos recursos naturais. Tal modelo sustentava a noção de que os recursos naturais eram infinitos (KIDD, 1992), e, para muitos, o crescimento econômico em detrimento do ecológico melhoraria a condição de vida da população. Porém, alguns sinais de crescimento econômico ocorridos no período pós-industrial não apresentaram maior acesso da população à educação e à saúde (VEIGA, 2008). O que ocorreu, de fato, conforme assegurado por Foladori (2005), foi o aumento da pobreza absoluta e da desigualdade social.

Apesar dos problemas sociais existentes, o declínio desse modelo de crescimento, segundo Buarque (2008), deu-se a partir da década de 1970, com a crise do petróleo, indicando um possível esgotamento desse recurso, e com a publicação do relatório “Os limites do crescimento”, em 1972, decorrente dos estudos do Clube de Roma, no qual foi discutida a probabilidade de esgotamento dos principais recursos naturais em médio prazo.

Essa preocupação social com o esgotamento dos recursos naturais, caso fossem mantidos os padrões de produção e consumo, resultou também na Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente, também realizada em 1972, em Estocolmo. Segundo Sachs (2002), em meio a duas visões extremistas dessa Conferência – uma que defendia a permanência do modelo de crescimento econômico, e a outra que afirmava que os padrões de produção, consumo e crescimento demográfico deveriam cessar para garantir a continuidade do planeta. Surgiu assim a concepção de desenvolvimento sustentável, a qual defende o desenvolvimento econômico desde que não impacte negativamente o meio ambiente e que promova a equidade social.

Essa Conferência de Estocolmo, para Mebratu (1998), permitiu chegar à conclusão de que o dano causado pelas atividades humanas no ambiente natural torna tais atividades insustentáveis. Dessa forma, ainda conforme o autor, reconheceu-se a importância da gestão ambiental e o uso da avaliação ambiental (por meio de indicadores e apresentação de relatórios) como ferramenta de gestão.

Mebratu (1998) ainda assevera que, embora a discussão sobre o desenvolvimento sustentável fosse frequente, o conceito de desenvolvimento sustentável predominante na atualidade foi definido no relatório “Nosso futuro comum”, desenvolvido pela Comissão Mundial Sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, publicado em 1987. Para essa Comissão, o desenvolvimento sustentável é aquele “que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras satisfazerem as suas próprias necessidades” (WCED, 1987, p. 15).

Essa definição, de acordo com Diesendorf (2000), aponta para a necessidade de desenvolvimento econômico e social que protege e aumenta o ambiente natural e a equidade social. Para ele, a definição presente no relatório “Nosso futuro comum” afirma que qualquer tipo de desenvolvimento social ou econômico será sustentável caso proteja e melhore o ambiente e a equidade social.

Nessa linha de raciocínio, Moldan e Dahl (2009) dizem que desenvolvimento sustentável é, então, o desenvolvimento de um sistema humano, social e econômico capaz de se manter em harmonia com o sistema biofísico do planeta, bem como é capaz de fornecer para todos, em qualquer lugar e em qualquer tempo, a oportunidade de uma vida digna, sendo, portanto, um conceito ético e justo.

Ainda se tratando do conceito fornecido pelo relatório da Comissão Mundial, Sachs (2004) argumenta que no conceito de desenvolvimento sustentável estão inclusos a noção de equidade (oportunidades semelhantes) e solidariedade. Para Buarque (2008), tal solidariedade, implícita no conceito de Desenvolvimento Sustentável - DS, pode ser classificada em três tipos: sincrônica (ou intrageracional), a qual corresponde à solidariedade da geração atual; diacrônica (ou intergeracional), referente às gerações futuras; e espacial, a qual, independente do local, deve existir a equidade social.

Embora a publicação do referido relatório, em 1987, tenha trazido importante contribuição conceitual, segundo Briassoulis (2001), a operacionalização do desenvolvimento sustentável é difícil e complexa. Para tentar solucionar a questão prática, em 1992, foi

realizada a Conferência do Rio ou Cúpula da Terra, realizada na cidade do Rio de Janeiro, em que cada país membro da Organização das Nações Unidas (ONU) apresentaria um plano de ação para promover o DS. Por intermédio dessa Conferência, foi possível elaborar a Agenda 21, um dos principais documentos para a consecução do desenvolvimento sustentável (MEBRATU, 1998; SOUZA, 2012).

Vinte anos depois ocorreu a Rio+20, Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, realizada em junho de 2012 e, assim como a Conferência anterior, na cidade do Rio de Janeiro. A Rio+20 buscou traçar a agenda do desenvolvimento sustentável para as próximas décadas e produziu um documento intitulado “o futuro que queremos” (RIO20, 2014). Tal documento reafirmou muitas das questões previstas na Agenda 21, como é possível observar no item 16 da seção 1 (intitulada Nossa Visão Comum): “Reafirmamos nosso compromisso de cumprir integralmente a Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, a Agenda 21 [...]” (UNITED NATIONS, 2012, p. 03).

A agenda 21 destaca a necessidade da participação de vários atores sociais, incluindo as organizações, para se envolver ativamente nos esforços de desenvolvimento e cooperação social e ambiental (UNITED NATIONS, 1992). Nessa linha de entendimento, Baumgartner (2011) argumenta que o DS exige um consenso sobre o sua definição e aplicação e, para tanto, torna-se relevante a integração e ação de todos os atores sociais. Nesse sentido, destaca-se o papel das empresas, uma vez que suas atividades são essenciais para o desenvolvimento econômico de uma localidade e sua existência implica em impactos sociais e ambientais, sejam eles negativos ou positivos (SOUZA, 2012). Dessa forma, torna-se necessário que as empresas alcancem e adotem os objetivos da sustentabilidade empresarial.

## **2.2 Sustentabilidade Empresarial**

As empresas são os principais agentes de mudança rumo aos objetivos do desenvolvimento sustentável (TREGIDGA; MILNE; KEARINS, 2014), visto que suas atividades impactam negativamente ou positivamente o âmbito social, econômico e ambiental de uma localidade. Tais instituições são integrantes fundamentais de uma economia, na medida em que contribuem para a geração de empregos e riquezas para uma sociedade (DUNPHY; GRIFFITHS; BENN, 2007). Além disso, as corporações impactam o ambiente natural, sua própria força de trabalho e a sociedade em geral, por meio de escolhas de

matérias-primas, processo de fabricação, atividades comunitárias, geração de empregos, práticas de trabalho, pressão sobre o governo para criação de leis, dentre outras atividades (DIESENDORF, 2000).

Nesse sentido, Porter e Kramer (2006) argumentam que há uma dependência mútua entre empresa e sociedade, uma vez que a empresa fornece bens ou serviços e empregos, e, em contrapartida, obtém da sociedade mão-de-obra e clientela para o consumo dos seus produtos. É importante salientar que as empresas também dependem do meio ambiente para extrair os recursos necessários para suas atividades. Tendo em vista essa dependência, as empresas devem se engajar na sustentabilidade empresarial para garantir o uso dos recursos no futuro, bem como uma sociedade saudável e justa, elevando o potencial social.

Apesar de cientes sobre a dependência das empresas em relação à sociedade e ao meio ambiente, o tema “sustentabilidade empresarial” só passou a fazer parte do debate dos gestores organizacionais a partir de pressões de atores sociais incomodados com os impactos negativos das atividades produtivas sobre o planeta. Nessa linha de raciocínio, Dunphy, Griffiths e Benn (2007) afirmam que alguns escândalos empresariais ocorridos ao longo da história fizeram com que um público crescente pressionasse tais organizações a serem mais responsáveis.

Dentre os escândalos empresariais, Bellen (2006) destaca alguns desastres ambientais ocorridos entre as décadas de 60 e 80, quais sejam: o acidente da baía de Minamata (Japão), o acidente na usina nuclear de Chernobyl (União Soviética) e o vazamento de petróleo do navio Exxon Valdez (Alasca). Complementando Bellen, Souza (2012) cita o desastre ambiental, ocorrido em 2010, na qual ocorreu a explosão da plataforma Deep Water Horizon, da empresa British Petroleum, no Golfo do México, despejando uma quantidade estimada de três a quatro milhões de barris de Petróleo no mar.

Os acidentes citados tornaram evidente que poucos avanços foram feitos para se atingir o desenvolvimento sustentável, e confirmaram que as empresas devem ser monitoradas e estimuladas a desenvolver a sustentabilidade, sendo o Governo o principal agente fiscalizador, responsável pela criação de normas que regulem as práticas empresariais. Para apoiar essas questões, a legislação brasileira vem ganhando força na era do desenvolvimento sustentável empresarial a partir de leis e decretos que dispõem sobre preservação do meio ambiente e a utilização de recursos. A evolução da legislação ambiental brasileira está apresentada no Quadro 03.

Quadro 3 – Evolução Histórica da Legislação Ambiental

| Ano  | Lei / Decreto | Descrição  |
|------|---------------|--|
| 1965 | 4771          | Novo Código Florestal Brasileiro                               |
| 1981 | 6938          | Política Nacional do Meio Ambiente                             |
| 1999 | 3179          | Lei de Crimes Ambientais                                       |
| 2000 | 9985          | Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SUNC) |
| 2000 | 10165         | Altera a Lei 6938/81 - Política Nacional do Meio Ambiente      |
| 2009 | 12187         | Política Nacional sobre a Mudança do Clima (PNMC)              |
| 2010 | 12305         | Política Nacional de Resíduos Sólidos                          |

Fonte: Elaboração própria.

Além das pressões dos atores sociais (governo, consumidores, fornecedores etc.) para a adoção da sustentabilidade empresarial, Hahn e Scheermesser (2006) asseguram que algumas empresas buscam a sustentabilidade para ganhar legitimidade em seu campo organizacional. Sendo assim, tais empresas teriam como razões para a SE: melhorar as relações públicas e sua imagem perante a sociedade. Figge e Hahn (2004) afirmam que a SE permite que os benefícios obtidos superem os custos com o investimento em práticas sustentáveis. Dentre os benefícios, Lo e Sheu (2007) apontam para o aumento no valor das ações organizacionais, maior retorno financeiro, diminuição de custos pela adoção da eficiência dos recursos, etc.

Transpondo a definição de desenvolvimento sustentável proposta pela Comissão Mundial Sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (WCED) para o âmbito empresarial, têm-se que a Sustentabilidade Empresarial é aquela que “satisfaz as necessidades dos *stakeholders* de uma empresa, sem comprometer a sua capacidade de satisfazer as necessidades dos *stakeholders* no futuro” (DYLLIC; HOCKERTS, 2002). Para Freeman (2010, p. 46), *stakeholder* é “qualquer grupo ou indivíduo que pode afetar ou ser afetado pela realização dos objetivos da organização”, sendo, portanto, acionistas, empregados, clientes, fornecedores, comunidade, etc. Dessa forma, Van Marrewijk (2003) afirma que a empresa deve incluir preocupações sociais e ambientais em operações de negócios e nas interações com os *stakeholders*.

O conceito de Sustentabilidade Empresarial - SE, além de englobar elementos dos conceitos de desenvolvimento sustentável e de teoria dos *stakeholders*, engloba também aspectos da responsabilidade social empresarial (RSE) e da prestação de contas corporativas

(*accountability*) (WILSON, 2003). Segundo Lo e Sheu (2007), a SE seria o objetivo final de uma organização, e a RSE seria o meio para alcançá-la. Já Souza (2012) argumenta que a prestação de contas implica no fornecimento de informações por parte das empresas, através de relatórios ou balanço social. A RSE e a prestação de contas corporativas serão discutidas com mais detalhes nas subseções seguintes.

### **2.3 Responsabilidade Social Empresarial**

Por muito tempo os empresários afirmaram que a responsabilidade social das empresas dizia respeito apenas aos acionistas. Devido ao impacto causado pelas ações empresariais, e em resposta às mudanças causadas pelo acesso da população às tecnologias da informação, munida da consciência do seu poder de mercado, hoje é consenso que as empresas são responsáveis por todos os *stakeholders* internos e externos (DUBIELZIG; SCHALTEGGER, 2005).

Para o Instituto Ethos (2007), Responsabilidade Social Empresarial - RSE implica práticas de diálogo e engajamento da empresa com todos os públicos ligados a ela, a partir de um relacionamento ético e transparente. Já Carroll (1979) afirma que responsabilidade social diz respeito às obrigações dos negócios para com a sociedade, devendo incorporar as categorias econômicas, legais, éticas e discricionárias (ou filantrópicas) do desempenho empresarial.

Nesse sentido, a responsabilidade econômica tem como função principal produzir bens e serviços para o consumo e obter um lucro aceitável no processo. Já a responsabilidade legal envolve a obrigação das empresas em cumprir as leis e regulamentos promulgados pelo Governo. A responsabilidade ética engloba atividades e práticas esperadas ou proibidas por membros da sociedade, mas não estão presentes nas leis. Por fim, a responsabilidade discricionária são ações voluntárias por parte das empresas, embora haja sempre a expectativa social que as empresas as forneçam (CARROLL, 1991).

Alguns exemplos de ações de RSE envolvem práticas responsáveis como a eliminação da escravidão, discriminação e tortura, promoção da religião e da liberdade de expressão, observância dos princípios de governança corporativa e transparência. Para que a RSE seja bem-sucedida, as empresas devem integrar na estratégia corporativa os princípios de RSE e

torná-los objetos de comunicação corporativa e de *marketing* (BASSEN; JASTRAM; MEYER, 2005).

Uma vez incorporada no mundo de negócios, a responsabilidade social vem gradativamente conquistando a devida importância, a partir de temas relacionados à ética, transparência e sustentabilidade, com o propósito de formular modelos de desenvolvimento capazes de viabilizar uma harmonização entre os fatores econômicos, sociais e ambientais (ALLEDI *et al.*, 2012).

Nesse sentido, o discurso da responsabilidade social tem sido ativamente abordado por uma gama de lideranças internacionais sobre o desenvolvimento sustentável das organizações. Segundo Sandler e Loyd (2009), a conexão entre empresa e sociedade foi feita a partir da necessidade de enfrentar problemas ambientais e sociais globais, e o desenvolvimento dos setores privados.

Para vários autores, existe uma tendência crescente na área de Responsabilidade Social nas Empresas, que ratificou o desenvolvimento na produção e a divulgação de informações de natureza ambiental e social, por meios de comunicações normalmente utilizadas para reportar informações financeiras (WANDERLEY; COLLIER, 2000; KOLK, 2003; DAUB, 2005; OLIVEIRA, 2005; GOLOB; BARLETT, 2007; SANDLER; LOYD, 2009; CASTRO; SIQUEIRA; MACEDO, 2009; AMORIM, 2010; GANESCU, 2012; ROCHA, 2012). Dessa forma, passou-se a fazer parte da rotina de algumas organizações a divulgação de informações não financeiras com o objetivo de “prestar contas” à sociedade. Valor (2005) afirma que a prestação de contas corporativa (*accountability*) pode ser entendida como um controle social corporativo, uma vez que a sociedade pode punir ou beneficiar as empresas pelo seu desempenho econômico, social ou ambiental.

#### **2.4 Prestação De Contas (*Accountability*) Da Sustentabilidade – Divulgações Não Financeiras**

Nos últimos anos, o nível de interesse das partes interessadas no desempenho ambiental, social e ético empresarial tem aumentado significativamente. Para Gray (2010), a emergência do desenvolvimento sustentável teve uma influência crescente na literatura contábil, permitindo o desenvolvimento da contabilidade social e ambiental e a elaboração de relatórios de sustentabilidade.

Cardoso (2006) já relatava que a informação e os processos de divulgações sempre estiveram presentes na evolução das estratégias empresariais e na própria evolução das organizações. Contudo, de acordo com Gray (2010), nos últimos 40 anos, a divulgação de relatórios de sustentabilidade têm ganhado ênfase por parte das empresas como forma de prestar conta à sociedade sobre suas interações com a sociedade e o ambiente natural.

Os relatórios de sustentabilidade, muitas vezes referidos como relatórios não financeiros, permite que as empresas sejam transparentes nas comunicações de gestão e desempenho dos aspectos não financeiros (ERNST & YOUNG, 2009, p. 1). Os relatórios de desenvolvimento sustentável apresentam informações econômicas, ambientais e sociais, conhecidos como os três pilares da sustentabilidade empresarial ou *triple bottom line*. Esse termo foi desenvolvido por Elkington (1999), e os três pilares devem ser satisfeitos simultaneamente, apontando os resultados de uma organização.

A divulgação dos relatórios de sustentabilidade por parte das empresas foi um dos tópicos presentes na agenda 21, a qual afirma que os Governos devem estimular as empresas: para que ofereçam informações ambientais pertinentes por meio de relatórios claros aos *stakeholders*, para que desenvolvam e implementem métodos e normas para a contabilidade do desenvolvimento sustentável, e para que haja confiabilidade na coleta de dados e informações (UNITED NATIONS, 1992).

Para Tregidga, Milne e Kearins (2014), o uso dos relatórios de desenvolvimento sustentável é necessário para a criação de uma identidade de “organização sustentável” que possibilite legitimidade diante dos *stakeholders*. Tais relatórios apontam para a transparência das ações empresariais, permitindo que os *stakeholders* aliem-se ou se desvinculem das organizações.

Para Sousa Filho, Wanderley e Faranche (2010, p. 73), as empresas podem comunicar suas ações de responsabilidade social utilizando novas tecnologias e fazendo com que, cada vez mais, os *stakeholders* e a sociedade tenham acesso a tais informações. Ainda exemplificam que a internet se mostra como uma ferramenta eficaz para disseminação das informações empresariais, ratificando a necessidade de divulgação de relatórios de sustentabilidade nos websites das empresas.

Nesse sentido, França (2012, p. 238) comenta que “a iniciativa de publicar os relatórios de sustentabilidade é motivada pela demanda de incorporar a transparência empresarial nos negócios, por meio da prestação de contas dos investimentos realizados e dos

resultados alcançados”. Antes, Lopes (2005) já defendia que os profissionais de comunicação têm que estabelecer parcerias com o departamento das áreas financeira e contábil, pois caso contrário à etapa final do planejamento de mensuração e valoração dos resultados pode causar problemas no alinhamento das informações financeiras e não financeiras que são comunicadas às partes interessadas.

Além dos potenciais problemas oriundos do descuido com o alinhamento das informações, Moldan e Dahl (2009) apontam que muitas organizações omitem as informações que consideram “confidenciais” e que possam causar impactos negativos nos retornos financeiros, dificultando a confiabilidade dos dados informados. Eccles e Krzus (2011) atentam que muitos sistemas de apresentação de relatórios financeiros e de sustentabilidade não fornecem as informações necessárias para os novos desafios dentro de um ambiente complexo.

Eccles e Krzus (2011) ainda relatam que as organizações responsáveis pela contabilidade e por relatórios não financeiros, como por exemplo, IASB e GRI, se reuniram para levantar a possibilidade de estabelecer a estrutura de governança e diretrizes para o desenvolvimento de um modelo de estrutura adequado ao mercado. Muitas dessas estruturas englobam indicadores de sustentabilidade que permitem avaliar os avanços ou retrocessos rumo aos objetivos do desenvolvimento sustentável (MEADOWS, 1988).

Dentre os modelos de relatório desenvolvidos por grandes organizações, destacam-se o relatório da Global Reporting Initiative (GRI), e os indicadores Ethos de Responsabilidade Social. Os indicadores de desempenho do GRI podem ser qualitativos ou quantitativos, e são agrupados a partir das dimensões econômica, social e ambiental. Em sua estrutura, o relatório do GRI apresenta grandes grupos, denominados categorias, compostos por aspectos e indicadores (GRI, 2002). O GRI possibilita a inclusão de novos indicadores por parte das empresas. Os indicadores Ethos consistem em um questionário organizado em sete temas: valores, transparência e governança; público interno; meio ambiente; fornecedores; consumidores e clientes; comunidade; e governo e sociedade (INSTITUTO ETHOS, 2007).

Por fim Eccles e Krzus (2011, p. 11) diz que não há “empresa social”, “empresa cidadã”, “empresa sustentável” ou titulações assemelhadas, se as atividades são firmemente inter-relacionadas [...]. Nesse sentido, os autores afirmam a importância da proposta de um Relato Integrado ou Relatório Único para a organização. Por exemplo, a África do Sul é o país pioneiro nesse modelo de relatório, pois, desde 2010, as empresas de capital aberto

listada na Johannesburg Stock Exchange (JSE) são obrigadas a divulgar de forma integrada as informações sobre o desempenho financeiro e não financeiro (RI, 2012a, p. 4).

## 2.5 Relato Integrado

Nesse sentido, para elaborar a estrutura conceitual do Relato Integrado, foi criada uma coalizão global compondendo reguladores, investidores, empresas, organismos de normalização, os contabilistas e organizações não governamentais, denominada de *International Integrated Reporting Council* (IR, 2013b). Juntos partilharam opiniões sobre como deveria ser uma comunicação que demonstrasse a criação de valor, e enfatizaram que este pode ser o próximo passo na evolução da comunicação corporativa (IR, 2013b).

A proposta do Relatório Integrado é incentivar para que as empresas apresentem uma comunicação concisa sobre a estratégia, a governança, o desempenho e as perspectivas futuras dentro de um contexto relacionado ao ambiente externo, levando à geração de valor no curto, médio e longo prazo (IR, 2013b). ConFigura-se também como um processo fundado no pensamento integrado que resulta em um relatório periódico de uma organização relacionado à comunicação da geração de valor ao longo do tempo (IR, 2013b).

Uma vez que o Relato Integrado (IR, 2014b) tem como objetivo principal explicar aos provedores de capital financeiro como uma organização gera valor ao longo do tempo. Ainda no processo de elaboração do *framework*, foram elencados alguns objetivos específicos de um Relato Integrado (2013a, p. 8):

- Melhorar a qualidade das informações disponíveis para os fornecedores de capital financeiro, para permitir uma alocação mais eficiente e produtiva do capital;
- Promover uma abordagem mais coesa e eficiente para relatórios corporativos que se baseiam em relatos de diferentes vertentes e comunica toda a gama de fatores que afetam materialmente a capacidade de uma organização para criação de valor ao longo do tempo;
- Melhorar a prestação de contas e gestão para a ampla base de capitais (financeiro, manufaturado, intelectual, humano, social e de relacionamento, natural) e promover a compreensão entre suas interdependências;

- Dar suporte na tomada de decisão em ações que incidem sobre a criação de valor ao longo do curto, médio e longo prazo.

Em dezembro de 2013, o IIRC lançou a Estrutura Conceitual da elaboração do Relatório Integrado (RI) com a seguinte proposta: “relatório integrado é um documento conciso sobre como a estratégia, a governança, o desempenho e as perspectivas de uma organização, no contexto de seu ambiente externo, geram valor no curto, médio e longo prazo (IR, 2013d, p. 7). E esse *framework* tem o propósito de estabelecer Princípios Básicos e Elementos de Conteúdo que guiem o conteúdo geral de um relatório integrado, e explique conceitos fundamentais que os sustentam (IR, 2013d, p. 7).

Quadro 4 – Elementos do Conteúdo

| Elementos                                     | Questionamento  |
|---|---|
| Visão geral organizacional e ambiente externo | O que a organização faz e sob quais 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 de 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 prazo, 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?  |
| Perspectiva                                   | 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 apresentação                        | Como a organização determina os temas a serem incluídos no relatório integrado e como estes temas são quantificados ou avaliados?   |

Fonte: Adaptado do IR (2013d, p. 5) e Fragalli (2014, p. 46).

Na parte que trata dos elementos do conteúdo, esses são abrangidos por oito elementos interligados uns aos outros, que tem como finalidade responder os seguintes questionamentos (Quadro 4):

Os Princípios Básicos e Elementos do Conteúdo do *framework* estão fundamentados por conceitos fundamentais norteadores que tem como objetivo sustentar a estrutura do Relato Integrado, esses são divididos em três partes: A) Geração de valor para a organização e para outros; B) Os Capitais; C) O processo de geração de valor (IR, 2013d, p.3).

Sobre os princípios básicos do RI, o *framework* descreve que esses deverão sustentar a preparação e apresentação de um relatório integrado quanto ao conteúdo que deve ser relatado e qual a forma de relatar. Esses princípios são: a) Foco estratégico e orientação para o futuro; b) Conectividade da informação; c) Relações com partes interessadas; d) Materialidade; e) Concisão; f) Confiabilidade e completude; e g) Coerência e comparabilidade (IR, 2013d. p. 16).

No *framework* do RI, diversas vezes é mencionado o termo “geração de valor”, isso significa que os valores presentes na empresa podem ser preservados ou reduzidos em diversas situações que ocorrer trocas de capitais, como também na relação da geração do valor ao longo do tempo (curto, médio ou longo prazo) (IR, 2013).

Figura 1 – Capitais financeiros e não financeiros

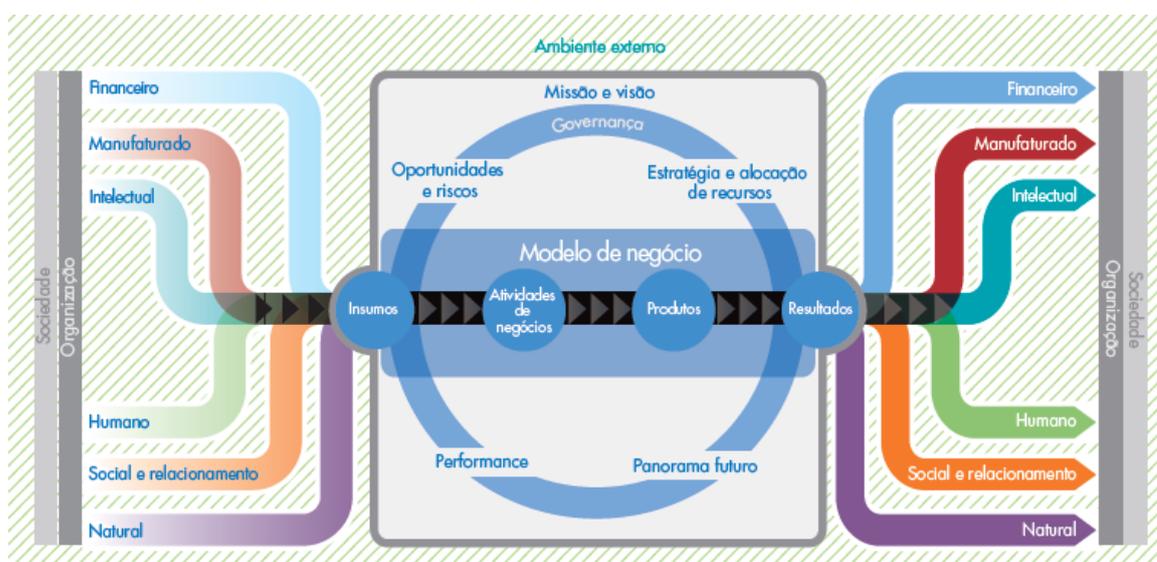


Fonte: Adaptado de IR (2013d, p. 11) e Perez *et al.* (2014, p. 23)

Assim, dentro dos conceitos fundamentais da estrutura do Relato Integrado, seis categorias de "capitais" são classificadas como: financeiro, manufaturado, intelectual, humano, social e de relacionamento e capital natural, porém as organizações que preparam um relatório integrado não são obrigadas a adotar essa categorização ou estruturar o seu relatório ao longo das linhas desses capitais (IR, 2013a). A Figura 1 revela que “as empresas dependem de diversos tipos de capitais para que suas atividades gerem valor” ( PEREZ et al. , 2014, p. 23).

Uma visão do processo de geração de valor é demonstrada na Figura 2. Assim, a visão a longo prazo do IIRC é interferir no ambiente empresarial com intuito de facilitar a normatização dos relatórios integrados corporativos (IR, 2013b). A partir do pensamento integrado, incorporá-lo dentro das práticas de negócios tanto no setor público quanto no privado (IR, 2013b).

Figura 2 – Conceitos Fundamentais no Processo Organizacional



Fonte: IR (2013a, p. 11)

Mediante a importância dessa nova ferramenta de comunicação “RI”, voltamos a mencionar sobre o princípio básico no que se refere à conectividade das informações. Esse princípio diz que “um relatório integrado deve mostrar uma imagem holística da combinação, da interrelação e das dependências entre os fatores que afetam a capacidade da organização de gerar valor ao longo do tempo” (IR, 2013d, p. 16). Nesse princípio também é pontuado

[...] que tanto informações qualitativas como quantitativas são necessárias para que um relatório integrado represente corretamente a capacidade de uma organização de gerar valor, pois cada uma delas cria um contexto para a outra. A inclusão de KPIs como parte de uma explicação descritiva pode ser uma maneira eficaz de conectar informações quantitativas e qualitativas.

Os capitais são depósitos de valores que se tornam insumos para o modelo de negócios de uma organização (IR, 2013a, p.11). Eles são aumentados, diminuídos ou transformados através das atividades e produtos da organização, sendo aprimorados, consumidos, modificados, destruídos ou afetados de alguma forma por essas atividades e produtos (IR, 2013a, p.11). O conceito de cada capital está apresentado no Quadro 5.

Quadro 5 – Conceitos dos Capitais não financeiros – Relato Integrado

|   |   |
|---|---|
| <b>Capital Natural</b>                    | São todos os recursos ambientais renováveis e não renováveis e processos que fornecem bens ou serviços que suportam a prosperidade passada, presente ou futura de uma organização. Inclui: ar, água, terra, minérios, florestas, biodiversidade e saúde do ecossistema. |
| <b>Capital Humano</b>                     | São consideradas as competências, capacidades e experiências das pessoas, bem como suas motivações para inovar.   |
| <b>Capital Social e de Relacionamento</b> | As instituições e os relacionamentos internos e entre comunidades, grupos de partes interessadas e outras redes, bem como a habilidade de compartilhar informações para aprimorar o bem estar individual e coletivo.  |
| <b>Capital Intelectual</b>                | Este capital é baseado no conhecimento transferido para a organização com bem intangível.   |

Fonte: Adaptado do *Framework* Relato Integrado (IR, 2013a)

Assim, o propósito desse estudo é analisar os indicadores-chave de desempenho relacionados aos capitais não financeiros, pois está descrito na parte complementar do *draft* do *framework* “*Capitals*”, que os indicadores quantitativos podem ser muito importante para explicar os usos e efeitos entre o fluxo de capitais de uma organização (IR, 2013c, p. 4). E no Quadro 6 apresentamos os indicadores-chave de desempenho (KPIs) de capitais não financeiros identificados no estudo anterior do IIRC em 2013.

Quadro 6 – KPIs - Capitais não financeiros

| Capitais não financeiros  | Indicadores-chave de Desempenho - KPIs  |
|---|---|
| <p align="center"><b>Capital Natural</b><br/>(7)</p>                    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Emissão de CO2</li> <li>2. Consumo de energia por Fonte de energia</li> <li>3. Quantidade de resíduos</li> <li>4. Acidentes ambientais</li> <li>5. Resíduos reciclados</li> <li>6. Investimentos em proteção ambiental</li> <li>7. Animais adquiridos para testes</li> </ol>  |
| <p align="center"><b>Capital Humano</b><br/>(11)</p>                    | <ol style="list-style-type: none"> <li>8. Número de funcionários</li> <li>9. Diversidade</li> <li>10. Total investido em treinamento</li> <li>11. Funcionários em aprendizagem eletrônica corporativa</li> <li>12. Média de idade</li> <li>13. Média de dias de treinamento por funcionário</li> <li>14. Resultado da pesquisa com funcionários</li> <li>15. Acidentes com lesão por milhões de horas trabalhadas</li> <li>16. Taxa de absenteísmo</li> <li>17. Taxa de demissão</li> <li>18. Relação de salário mínimo</li> </ol>                        |
| <p align="center"><b>Capital Social e de Relacionamento</b><br/>(8)</p> | <ol style="list-style-type: none"> <li>19. Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”</li> <li>20. Número de voluntários</li> <li>21. Reclamações trabalhistas / Processos</li> <li>22. Envolvimento em ações sociais</li> <li>23. Envolvimento em projetos culturais</li> <li>24. Índice de satisfação do cliente</li> <li>25. Provisão para projetos sociais</li> <li>26. “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)</li> </ol>   |
| <p align="center"><b>Capital Intelectual</b><br/>(8)</p>                | <ol style="list-style-type: none"> <li>27. Número de patentes requeridas</li> <li>28. Dinheiro gasto em P&amp;D</li> <li>29. Número de testes com nova tecnologia</li> <li>30. Reconhecimento da marca</li> <li><b>Outros itens que podem incluir:</b></li> <li>31. número de novos produtos desenvolvidos;</li> <li>32. despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização;</li> <li>33. despesas com o desenvolvimento de softwares para sistemas internos;</li> <li>34. vendas geradas por produtos originados de P&amp;D.</li> </ol> |

Fonte: Adaptado de IR (2013c, p. 21)

### 3 METODOLOGIA

Para esta pesquisa utilizou-se como base o estudo anterior de Lemos, Ariza e Rodrigues (2009), para fundamentação do Índice de Divulgação. Já para a adoção da técnica de análise de conteúdo foi utilizado o estudo de Nossa (2002).

#### 3.1 População e Amostra

A população trata-se do conjunto de indivíduos ou objetos que apresentam em comum determinadas características definidas para o estudo (MARTINS E THEÓPHILO, 2009, p. 118). No caso desta pesquisa, a população é caracterizada por 128 empresas brasileiras listadas no segmento do Novo Mercado da BM&FBOVESPA (Bolsa de Valores, Mercado e Futuro).

A priori, foi verificado se todas as empresas pertencentes ao segmento do Novo Mercado da BM&FBOVESPA, no ano de 2012, divulgaram voluntariamente algum relatório que continha informações de cunho não financeiro em seus sítios eletrônicos, porém não foram consideradas as demonstrações contábeis, pois essas possuem características meramente financeiras e obrigatórias.

Portanto, das 128 empresas analisadas, delimitou-se a amostra por conveniência em 63 empresas, que apresentaram, no mínimo, um (1) relatório contendo informações não financeiras, conforme a Tabela 1. Segundo França (2012), esses relatórios podem ajudar na comunicação de oportunidades e desafios econômicos, ambientais e sociais da organização, bem como responder as necessidades por informação das partes interessadas.

Tabela 1 – Variáveis Dicotômicas – Relatórios

| Situação     | Nº Empresas | %          |
|--------------|-------------|------------|
| Divulga      | 63          | 49,2       |
| Não Divulga  | 65          | 50,8       |
| <b>Total</b> | <b>128</b>  | <b>100</b> |

Segundo Andrade (2008), o Novo Mercado corresponde a um segmento de listagem destinado à negociação de ações emitidas por empresas que se comprometem, voluntariamente, com a adoção de práticas de governança corporativa e de transparências adicionais em relação ao que é exigido pela legislação, justificando-se, assim, a sua adequação a este estudo.

Por sua vez a amostra é um subconjunto da população selecionada para análise (MARTINS E THEÓPHILO, 2009, p. 118). No caso desta pesquisa, a amostra foi composta por empresas que divulgaram relatórios não financeiros, sendo representada por 63 empresas que divulgaram informações não financeiras.

A composição da amostra, e a respectiva participação dos setores, estão representadas no Quadro 7. Observou-se que o setor com maior representatividade foi o de Consumo não Cíclico.

Quadro 7 – População e Amostra

| nº | Setor Econômico                 | População  | Amostra   | %          |
|----|---------------------------------|------------|-----------|------------|
| 1  | Consumo não Cíclico             | 24         | 15        | 23,8       |
| 2  | Construção e Transporte         | 31         | 11        | 17,5       |
| 3  | Consumo Cíclico                 | 20         | 9         | 14,3       |
| 4  | Financeiro e Outros             | 16         | 8         | 12,7       |
| 5  | Utilidade Pública               | 9          | 7         | 11,1       |
| 6  | Bens Industriais                | 11         | 5         | 7,9        |
| 7  | Materiais Básicos               | 8          | 4         | 6,3        |
| 8  | Tecnologia da Informação        | 4          | 2         | 3,2        |
| 9  | Petróleo, Gás e Biocombustíveis | 4          | 1         | 1,6        |
| 10 | Telecomunicações                | 1          | 1         | 1,6        |
|    | <b>Total</b>                    | <b>128</b> | <b>63</b> | <b>100</b> |

### 3.2 Coleta de dados

O procedimento de coleta de dados se limitou a análise de relatórios dos anos de 2012 e 2013. No entanto, durante o período da coleta não foi possível obter informações acerca do ano de 2013, pois muitas dessas publicações são divulgadas bienalmente.

Assim, a coleta dos dados se deu através do acesso aos sítios eletrônicos das 128 empresas, buscando-se pelos relatórios não financeiros referentes ao ano de 2012. Após a análise da população, a coleta dos dados se restringiu a apenas 63 empresas, que apresentam alguma prática de divulgação de relatórios não financeiros.

### **3.3 Tratamento dos dados**

Os dados foram analisados de forma descritiva. Como também, foi aplicada a técnica de análise de conteúdo, e ainda buscou-se a realização de análise inferencial, através de associações entre os índices de divulgação e as características declarativas, quantitativa não-monetária, quantitativa monetária, quantitativa monetária e não financeira e classificações neutra, boa e ruim.

Utilizou-se, para o tratamento e análise dos dados, planilhas eletrônicas e a versão 19.0 do software *Statistical Package for the Social Sciences* – SPSS.

Os tópicos 3.3.1, 3.3.2 e 3.3.3 apresentam as técnicas utilizadas no presente estudo para tratamento e análise dos dados.

#### **3.3.1 Análise Descritiva**

A primeira seção da análise descritiva apresenta as características gerais dos relatórios não financeiros, sendo evidenciadas questões relacionadas às nomenclaturas dos relatórios, suas estruturas e modelos utilizados e citações acerca dos capitais não financeiros.

##### **3.3.1.1 Capitais não financeiros**

A segunda seção da análise trata especificamente da aderência das empresas aos capitais não financeiros dispostos nesse estudo. Para verificar o nível de aderência, foi utilizado um *checklist* (Quadro 6) composto por 34 indicadores-chave de desempenho apresentados, como disposto na seção “The Capitals” da estrutura conceitual do Relato Integrado.

Esses indicadores são chamados de KPIs (Key Performance Indicators), por serem capaz de explicar os possíveis usos e efeitos causados na performance empresarial pelos diversos capitais utilizados por parte da organização. Os capitais utilizados nessa pesquisa limitam-se apenas aos não financeiros.

Foi também elaborado um Índice de Divulgação para cada capital não financeiro, com o objetivo de obter o nível de aderência de divulgação dos capitais natural, humano, social e de relacionamento e intelectual. Para isso, foram atribuídos valores dicotômicos que assumem o valor 0, se o indicador não é divulgado, e o valor 1, se o indicador é divulgado.

Segundo Lemos, Ariza e Rodrigues (2009), o Índice de Divulgação (ID) é um índice não ponderado, ou seja, este assume que todos os itens considerados têm o mesmo nível de importância, pois, para formar uma ponderação, precisaria de características subjetivas para cada indicador.

Com o objetivo de exaurir a identificação dos KPIs propostos neste estudo, foi necessário relacionar palavras para cada indicador. Para isso, foram considerados os sinônimos, sendo utilizadas palavras com significado semelhante ou aproximado, com diferenciação gramatical do singular para o plural, ou palavras que estão relacionadas ao tema central de um determinado indicador baseados em definições na literatura existente (Quadro 6).

Muitas das palavras relacionadas aos indicadores foram identificadas durante a pesquisa, foram incorporadas e reanalisadas. Esse fato promoveu a retroalimentação e a reanálise até o último relatório analisado. Os indicadores que sofreram alteração durante a pesquisa foram: “Funcionários em aprendizagem eletrônica corporativa”, “Taxa de absenteísmo” e “Taxa de demissão” (Quadro 6), pois esses apresentaram nomenclaturas diferentes em diversos relatórios. O Quadro 6 apresenta a relação de palavras utilizadas para cada indicador analisado.

Quadro 8 – Checklist – Indicadores-chave de desempenho

| <b>Categoria</b>   | <b>Palavras Relacionadas</b>   |
|--|--|
| <b>Capital Natural</b>   |  |
| 1. Emissão de CO2<br>2. Consumo de energia por Fonte de energia<br>3. Quantidade de resíduos<br>4. Acidentes ambientais<br><br>5. Resíduos reciclados<br>6. Investimentos em proteção ambiental<br><br>7. Animais adquiridos para testes   | 1. emissão, emissões, gás, gases, carbono, CO2;<br>2. energia, Fonte<br>3. resíduo, resíduos<br>4. acidente, multa, indenização, indenizações, processo, derramamento, explosão, incêndio, vazamento, mortandade de peixes, lançamento de sólidos, rompimento, desastre, químicos, embalagem abandonada;<br>5. recicla, reciclado, reciclagem, recicláveis<br>6. investimento, proteção, proteções, ambiental, ambientais, ambiente<br>7. animais, animal, teste   |
| <b>Capital Humano</b>  |  |
| 1. Número de funcionários<br>2. Diversidade<br><br>3. Total investido em treinamento<br>4. Funcionários em aprendizagem eletrônica corporativa<br><br>5. Média de idade<br>6. Média de dias de treinamento por funcionário<br>7. Resultado da pesquisa com funcionários<br>8. Acidentes com lesão por milhões de horas trabalhadas<br>9. Taxa de absenteísmo<br><br>10. Taxa de demissão<br><br>11. Relação de salário mínimo    | 1. Funcionário, empregado, colaborador<br>2. Diversidade, sexo, gênero, faixa, etária, grau de instrução, etnia, religião, origem, raça<br>3. treinamento, capacitação, qualificação<br>4. aprendizagem, eletrônica, corporativa, virtual, EAD, on-line, online, e-learning, learning<br>5. idade, etária;<br>6. treinamento, capacitação, qualificação<br>7. pesquisa, clima, organizacional<br>8. acidente, lesão, lesões<br>9. Absenteísmo, frequência, gravidade, ausência, dias perdidos.<br>10. demissão, desligamento, demitido, deixaram, turnover , turnover , rotatividade<br>11. Salário, remuneração |
| <b>Capital Social e de Relacionamento</b>  |  |
| 1. Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”<br>2. Número de voluntários<br>3. Reclamações trabalhistas / Processos<br>4. Envolvimento em ações sociais<br>5. Envolvimento em projetos culturais<br>6. Índice de satisfação do cliente<br>7. Provisão para projetos sociais<br>8. “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)  | 1. ranking, excelente, melhor, lugar, excelência<br>2. voluntário<br>3. reclamações, trabalhista, reclamação, processo;<br>4. ações, sociais, ação, social, projeto<br>5. projeto, cultura, culturais, cultural;<br>6. Satisfação, pesquisa, índice<br>7. projeto, social, sociais<br>8. Investimento, social, filantropia, gasto  |
| <b>Capital Intelectual</b>   |  |
| 1. Número de patentes requeridas<br>2. Dinheiro gasto em P&D<br>3. Número de testes com nova tecnologia<br>4. Reconhecimento da marca<br>Outros itens que podem incluir:<br>5. número de novos produtos desenvolvidos;<br>6. despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização;<br>7. despesas com o desenvolvimento de softwares para sistemas internos;<br>8. vendas geradas por produtos originados de P&D. | 1. Patente<br>2. P&D, pesquisa, desenvolvimento, gasto<br>3. teste, tecnologia, nova<br>4. marca, reconhecimento<br><br>5. produto, novo, desenvolvido<br>6. mudança, processo, despesa<br><br>7. software, sistema, interno, despesa<br><br>8. venda, produto, próprio, original, originais, pesquisa, desenvolvimento  |

Fonte: Relato Integrado (2013c, p. 21)

Após a aplicação do checklist de indicadores-chave, utilizou-se o Índice de Divulgação, adaptado do trabalho de Lemos, Ariza, Rodrigues (2009). Para cada uma das empresas, foi calculado o quociente entre o total de itens divulgados pela empresa em análise e o somatório do total dos itens que constituem cada categoria, são elas: KPIs - Capital Natural (7), KPIs - Capital Humano (11), KPIs - Capital Social e de Relacionamento (8), KPIs - Capital Intelectual (8) e o KPIs – Capitais (34):

Equação1- Índice de Divulgação

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

Fonte: Adaptado de Lemos, Ariza, Rodrigues (2009)

Em que:

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

### 3.3.1.2 Níveis de Aderência

A partir dos resultados obtidos através da utilização do Índice de Divulgação, foram dispostos os níveis de aderência para atendimento ao objetivo proposto no estudo, fundamentando-se pela utilização de quartis, que são medidas separatrizes que dividem a amostra ou a população em quatro partes iguais, e trata-se de um refinamento do cálculo da mediana (MARTINS; THEÓPHILO, 2009, p.113).

Assim, em cada seção referente aos capitais não financeiros, serão dispostos os níveis de aderência. Os níveis são estruturados em quartis, entre os níveis 1 ao 4. O Nível 1, representado por índices entre 0,75 a 1,0, indicam as empresas classificadas com aderência

Alta. O Nível 2 enquadra as empresas que apresentaram os índices entre 0,50 a 0,75, indicando aderência Moderada Alta. Já o Nível 3 contempla as empresas que apresentaram os índices entre 0,25 a 0,50, que aponta uma aderência Moderada Baixa. Por fim, o Nível 4 enquadra as empresas que apresentam os índices entre 0,0 a 0,25, indicando uma aderência Baixa (grifo do autor).

### **3.3.2 Análise de Conteúdo**

A análise de conteúdo se apresenta em duas fases. A primeira aborda as características das informações referentes aos indicadores (KPIs), onde serão verificados os tipos de divulgações realizadas. A segunda fase se refere às classificações atribuídas às divulgações, podendo ser elas neutra, boa ou ruim.

Para analisar o conteúdo do indicador identificado, foram consideradas também sentenças, tabelas, gráficos e figuras que predominam o propósito geral do conteúdo relacionado ao indicador, com base no estudo de Nossa (2002).

#### **3.3.2.1 Características dos Indicadores-chave de desempenho**

As características das informações não financeiras podem ser definidas como a maneira pela qual a informação é apresentada nos relatórios (NOSSA, 2002). A base dessa análise se apoia em estudos anteriores como o de Nossa (2002), Gray *et al.* . (1995), de Hackston & Mille (1996) e de Salomone & Gallucio (2001), que apresentam os tipos de divulgações presentes nos diversos relatórios empresariais.

Para essa análise, foram observadas as características declarativas, quantitativas não monetárias, quantitativas monetárias e quantitativas monetárias e não financeiras, para cada KPI. O Quadro 9 apresenta o resumo das atribuições utilizadas para essa análise.

Quadro 9 – Checklist – Característica da Informação

| Característica das Informações          | Conceitos  |
|---|--|
| Nula                                    | Nenhuma informação foi apresentada para aquela categoria   |
| Declarativa                             | A informação qualitativa é apresentada e expressa em termos puramente <u>descritivos</u> (grifo nosso).                                    |
| Quantitativa não-monetária              | A informação quantitativa é apresentada e expressa em números de natureza <u>não financeira</u> (grifo nosso).                             |
| Quantitativa monetária                  | A informação quantitativa é apresentada e expressa em números de natureza <u>financeira</u> (grifo nosso).                                 |
| Quantitativa monetária e não financeira | A informação quantitativa é apresentada e expressa em números de natureza <u>financeiras e não financeiras</u> <sup>1</sup> (grifo nosso). |

Fonte: Adaptado de Nossa e Carvalho (2002)

### 3.3.2.2 Classificações dos Indicadores-chave de capitais

Para classificar qualitativamente o teor da informação, foram analisadas as classificações das informações reportadas nos relatórios das empresas, conforme os estudos anteriores de Gray, Kouhy e Lavers (1995); Rover *et al.* . (2008); Nossa (2002) e Maciel (2012).

São três as classificações recomendadas pelos autores: neutra, boa e ruim (Quadro 10). Tais classificações se referem ao impacto das informações na empresa, sendo neutra, quando as informações divulgadas não fornecem subsídios necessários para relacionar um benefício ou prejuízo; e quando a informação é considerada boa, infere-se que tal informação traz benefícios à empresa relacionada a legitimidade, diferentemente de quando a informação é considerada ruim.

---

<sup>1</sup> Informações financeiras são expressos em moeda nacional, já a informações não financeiras são expressas em valores não monetários. Nesse caso, o indicador apresenta as duas características, exemplo: R\$ 1000,00 foram gastos com a recuperação de 1000 hectares de terra degradada.

Quadro 10 – Classificações dos Indicadores-chave de Capitais

| Classificação | Descrição   |
|---------------|---|
| Neutra        | informação não detalhada e clara dos aspectos negativos e positivos dos fatos não financeiros da empresa. |
| Boa           | informação positiva de fatos não financeiros da empresa.  |
| Ruim          | informação negativa de fatos não financeiros da empresa.  |

Fonte: Adaptado Gray *et al.* (1995), Nossa (2002), Rover *et al.* (2008), Maciel (2012).

Para esta etapa foram elaborados parâmetros de classificações no que se referem às classificações *Boa* e *Ruim*. Essas classificações foram parametrizadas a partir de dois princípios: o primeiro é o equilíbrio, que diz que o relatório deve refletir aspectos positivos e negativos do desempenho da organização, de modo a permitir uma avaliação equilibrada do desempenho geral; e o segundo é o princípio da comparabilidade, em que as questões e informações deverão ser selecionadas, compiladas e relatadas de forma consistente (GRI, 2006).

Já a classificação *Neutra* foi utilizada quando um indicador apresentava aspectos não detalhados e claros, como também quando demonstrava complexidade, exigência de conhecimentos técnicos do pesquisador e embasamento teórico aprofundado sobre aquele determinado conteúdo.

### 3.3.3 Análise Inferencial

Para verificar associações entre os índices com as características e classificações das informações, foi necessário realizar o teste de normalidade de Kolmogorov-Smirnov pelo fato deste ser mais adequado quando as amostras são suficientemente grandes ( $n > 30$ ). A partir dos resultados deste teste de normalidade, pode-se decidir pelo uso do Teste de Correlação de Spearman nos casos onde ocorreu a não normalidade dos dados (não paramétricos) e pelo Teste de Correlação de Pearson onde ocorrer normalidade (paramétricos).

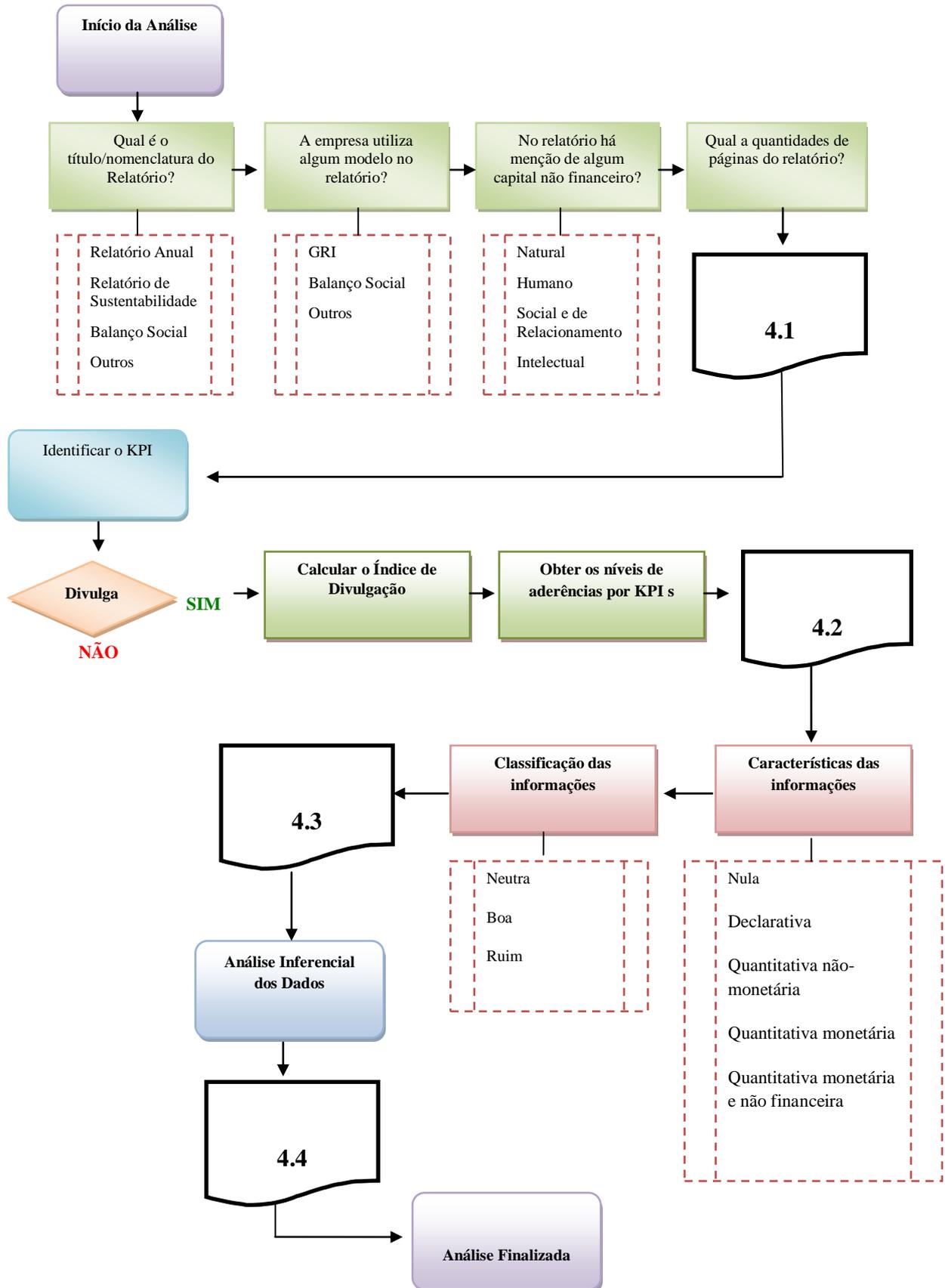
Além disto, cada correlação foi analisada quanto à sua significância estatística, usando o nível de significância aceitável de 5% (0,05) de forma que, se o p-valor  $< 0,05$  conclui-se

que existe associação significativa entre as duas variáveis. Por outro lado, se  $p\text{-valor} > 0,05$  conclui-se que não existe associação significativa entre as duas variáveis, ao nível de 5% de significância.

Com o objetivo de identificar diferenças entre os índices por setor, foi realizado o teste não paramétrico Kruskal Wallis, escolhido pelo fato de que ao agruparmos as empresas por setores, se obteve amostras muito pequenas o que dificultou a verificação de normalidade. Desta forma, quando  $p\text{-valor} < 0,05$  decide-se por Rejeitar a hipótese de igualdade, ou seja, quando  $p\text{-valor} < 0,05$  os grupos (setores) não apresentam o mesmo comportamento quanto aos índices. Caso contrário ( $p\text{-valor} > 0,05$ ) conclui-se que não há diferença estatisticamente significante entre os grupos (setores) com respeito ao índice de divulgação.

## 4 ANÁLISE DOS DADOS: RESULTADOS E DISCUSSÕES

Figura 3 – Fluxograma das etapas de análise dos relatórios



Nesta seção, são apresentados os resultados obtidos a partir da análise descritiva exploratória dos dados, como também a análise de conteúdo e inferencial. Para melhor demonstração da análise, foram descritos o passo a passo da elaboração das análises, como também a formação dos respectivos tópicos conforme o Figura 3.

#### 4.1 Análise descritiva - Características dos Relatórios

A primeira análise realizada foi sobre a verificação do tratamento dos relatórios, visando identificar as denominações e nomenclaturas utilizadas para os relatórios divulgados. Os títulos dos relatórios divulgados pelas empresas da amostra estão expostos na Tabela 2.

Tabela 2 – Títulos dos relatórios divulgados

| <b>Título</b>                      | <b>Relatórios</b> | <b>%</b>   |
|------------------------------------|-------------------|------------|
| Relatório Anual                    | 28                | 44,4       |
| Relatório de Sustentabilidade      | 20                | 31,7       |
| Relatório Anual e Sustentabilidade | 11                | 17,5       |
| Relatório Social                   | 2                 | 3,2        |
| Pacto Global das nações unidas     | 1                 | 1,6        |
| Relatório da Administração         | 1                 | 1,6        |
| <b>Total</b>                       | <b>63</b>         | <b>100</b> |

“Relatório Anual” e “de Sustentabilidade” foram os títulos mais utilizados separadamente, ou juntos, representando cerca de 93,6% dos relatórios. Além desses, apresentou-se também o título “relatório social” (3,2%), “pacto global das nações unidas” (1,6%) e “relatório da administração” (1,6%). As pesquisas periódicas *“Tomorrow’s Value The Global Reporters 2006 - Survey of Corporate Sustainability Reporting”*, do Programa de Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP, 2006), levantaram o seguinte questionamento: “como seria o nome dos relatórios divulgados pelas empresas estudadas?”. Notou-se que as respostas variavam conforme a região, setor e tempo, sendo diversos os títulos apresentados; e ainda mencionaram que o lançamento das diretrizes do GRI poderia apoiar a nomenclatura “Relatório de Sustentabilidade”, pois os investidores também necessitam de informações sobre o meio ambiente, o social e a governança.

O segundo ponto analisado tratou dos modelos de relatórios adotados pelas empresas. França (2012) apresentou dois modelos de relatórios adotados pelas empresas para tomada de decisão, o Balanço Social do IBASE/NBC T 15<sup>2</sup> e as Diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI), mas acrescentou que existem outros relatórios com objetivos semelhantes.

Nesse estudo constatou-se que 42,9% das empresas utilizaram o modelo GRI, e cerca de 31,7% das empresas analisadas não apresentaram algum modelo específico de relatório, mas o modelo próprio elaborado pela empresa. Já 22,2% utilizaram dois modelos (GRI/Balanço Social) para elaborar os relatórios em 2012, e 3,2% apresentaram somente o Balanço Social (IBASE/NBC T 15) conforme a Tabela 3.

Tabela 3 – Modelo de Relatório

| <b>Modelo</b>        | <b>Relatório</b> | <b>%</b>   |
|----------------------|------------------|------------|
| GRI                  | 27               | 42,9       |
| Não Identificado     | 20               | 31,7       |
| GRI e Balanço Social | 14               | 22,2       |
| Balanço Social       | 2                | 3,2        |
|                      | <b>63</b>        | <b>100</b> |

A terceira observação se restringiu à análise dos reconhecimentos e evidenciações acerca dos capitais não financeiros (Tabela 4). Observou-se nos relatórios analisados, conforme a Tabela 4, que há presença de 82 citações sobre algum capital não financeiro, das quais 46,3% são referentes ao capital Social e de Relacionamento, 34,1% do capital humano, 12,2% sobre o capital natural e 7,3% do capital intelectual. Contudo, não se pode afirmar que a empresa, apesar de não citar o nome “capital”, não relata o fluxo desses capitais em seus relatórios.

---

<sup>2</sup> NBC T 15 – Norma Brasileira de Contabilidade Técnica 15 : Esta norma estabelece procedimentos para evidenciação de informações de natureza social e ambiental, com o objetivo de demonstrar à sociedade a participação e a responsabilidade social da entidade.

Tabela 4 – Citação de Capitais – Relatórios

| Nº           | Capitais                   | Sim       | %          |
|--------------|----------------------------|-----------|------------|
| 1º           | Social e de Relacionamento | 38        | 46,3       |
| 2º           | Humano                     | 28        | 34,1       |
| 3º           | Natural                    | 10        | 12,2       |
| 4º           | Intelectual                | 6         | 7,3        |
| <b>Total</b> |                            | <b>82</b> | <b>100</b> |

Assim, é visto que o capital mais contemplado nos relatórios se refere ao social e de relacionamento.

A análise teve por base o exame de 6105 laudas, apresentando uma média de 97 páginas por empresa. O setor que apresentou a maior média de páginas constantes em seus relatórios foi o de “Utilidade pública”, com 190 páginas. Esse setor compreende as empresas que fornecem serviços a sociedade de água e saneamento e energia, que são recursos potencialmente ligados ao meio ambiente positivamente e negativamente. Segundo Fonseca, Almeida e França (2012) os serviços de abastecimento e saneamento, podem causar grandes desequilíbrios nos ambientes de onde é retirada a água, como, por exemplo, a mudança de curso de rios e alagamento de grandes áreas. Como também o setor de geração e distribuição de energia causa impactos em todo o processo de produção e de distribuição da energia (FONSECA, ALMEIDA, FRANÇA, 2012). Mediante aos resultados pode se observar, que o setor de utilidade pública, produz mais laudas de informações sobre a sustentabilidade que os demais setores.

O segundo setor que obteve a média mais alta foi o de “Petróleo, Gás e Biocombustíveis” (137 páginas), conforme a Lei 10.165/10, este setor é classificado como potencialmente poluidor e utilizador de recursos ambientais (Pp/gu) no nível de Alto Impacto Ambiental (Alto).

A Tabela 5 apresenta informações referentes à média, mediana, mínimo e máximo, além do desvio padrão e coeficiente de variação apresentado por cada setor.

Tabela 5 – Quantidade de Páginas por Setor

| Setor                              | Média Geral | Mediana | Mínimo | Máximo | Desvio padrão | Coefficiente de Variação |
|------------------------------------|-------------|---------|--------|--------|---------------|--------------------------|
| 1º Utilidade Pública               | 190         | 173     | 108    | 309    | 67,29         | 35,36%                   |
| 2º Petróleo, Gás e Biocombustíveis | 137         | 137     | 137    | 137    | 0             | 0,00%                    |
| 3º Materiais Básicos               | 117         | 119     | 39     | 192    | 76,01         | 64,83%                   |
| 4º Consumo não Cíclico             | 92          | 83      | 2      | 223    | 62,03         | 67,08%                   |
| 5º Financeiro e Outros             | 91          | 95      | 34     | 127    | 26,26         | 28,85%                   |
| 6º Bens Industriais                | 84          | 69      | 28     | 140    | 46,27         | 55,35%                   |
| 7º Construção e Transporte         | 79          | 61      | 24     | 218    | 56,08         | 71,26%                   |
| 8º Tecnologia da Informação        | 75          | 75      | 44     | 106    | 43,84         | 58,45%                   |
| 9º Consumo Cíclico                 | 63          | 49      | 29     | 117    | 32,49         | 51,47%                   |
| 10º Telecomunicações               | 57          | 57      | 57     | 57     | 0             | 0,00%                    |

Também se analisou o mínimo e máximo, sendo encontrado o mínimo de duas páginas no setor de Consumo Não Cíclico, e o máximo de páginas no setor de Utilidade Pública, com o total de 309 páginas, representadas pelas empresas SLC Agrícola S.A e Cia Saneamento de Minas Gerais – COPASA, respectivamente.

Com relação à dispersão das quantidades de páginas, aplicou-se o coeficiente de variação de Pearson, identificou-se que as quantidades de páginas foram diversificadas, todavia o setor que mais se aproximou de ser homogêneo foi o setor “Financeiro e Outros” com uma intensidade moderada de 28,85% (Tabela 7). Os setores de “Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “Telecomunicações” apresentaram variação nula por serem compostos por uma empresa cada.

#### 4.2 Análise descritiva - Indicadores-Chave de Desempenho (KPIs)

Para atender o objetivo geral deste estudo, primeiramente foram identificados e analisados os indicadores-chave de desempenho (KPIs) por tipo de capital, com a finalidade de calcular o Índice de Divulgação (ID) e verificar os níveis de aderência das empresas brasileiras aos indicadores-chave de desempenho dos capitais não financeiros.

Os tópicos foram divididos em cinco partes: capital natural, capital humano, capital social e de relacionamento, capital intelectual e geral.

### 4.2.1.1 Capital Natural

Atualmente, há uma grande preocupação com a utilização dos recursos naturais e a forma como as instituições interagem com o meio ambiente (PEREZ *et al.*, 2014). Os indicadores-chave de desempenho (KPIs) de capital natural são uma forma de medir a utilização dos recursos ambientais renováveis e não renováveis, como também seus impactos no meio ambiente.

Neste estudo, a partir da aplicação do *checklist* de indicadores-chave de desempenho (KPIs), e mediante as variáveis dicotômicas “Divulga” ou “Não Divulga”, foi identificado que 79,4% das empresas divulgaram, no mínimo, 1 indicador sobre o capital natural (Tabela 6).

Tabela 6 – Divulgação de Indicadores – Capital Natural

| Situação     | Nº Empresas | %          |
|--------------|-------------|------------|
| Divulga      | 50          | 79,4       |
| Não Divulga  | 13          | 20,6       |
| <b>Total</b> | <b>63</b>   | <b>100</b> |

Já com base na Tabela 7, verifica-se a divulgação por indicador-chave de desempenho (KPI), na qual é possível observar os KPIs que obtiveram a maior e a menor divulgação por parte da empresas.

Tabela 7 – Quantitativo de divulgação por KPIs – Capital Natural

| Nº | Indicadores-chave de Capital – KPIs     | Divulga |      | Não Divulga |      | Total |     |
|----|---|---------|------|-------------|------|-------|-----|
|    |   | N       | %    | N           | %    | N     | %   |
| 1º | Resíduos reciclados                     | 43      | 68,3 | 20          | 31,7 | 63    | 100 |
| 2º | Consumo de energia por Fonte de energia | 39      | 61,2 | 24          | 38,1 | 63    | 100 |
| 3º | Investimentos em proteção ambiental     | 37      | 58,7 | 26          | 41,3 | 63    | 100 |
| 4º | Quantidade de resíduos                  | 36      | 57,1 | 27          | 42,9 | 63    | 100 |
| 5º | Emissão de CO2                          | 34      | 54,0 | 29          | 46,0 | 63    | 100 |
| 6º | Acidentes ambientais                    | 12      | 19,0 | 51          | 81,0 | 63    | 100 |
| 7º | Animais adquiridos para testes          | 2       | 3,2  | 61          | 96,8 | 63    | 100 |

Observa-se na Tabela 7 que os indicadores “Resíduos Reciclados” (68,3%) e “Quantidade de Resíduos” (57,1%) obtiveram maiores resultados. Então pressupõe-se que, o

indicador mais divulgado (68,3%) pode está relacionado a obrigatoriedade do gerenciamento de resíduos sólidos conforme dispõe a Lei 12.305/2010 da Política Nacional de Resíduos Sólidos - PNRS. Como também apresenta um elo com a estratégia do Plano Nacional de Mudanças Climáticas - PNMC, que tem como meta nacional alcançar 20% no índice de reciclagem de resíduos no ano 2015 (MMA, 2014).

No Plano Nacional de Mudanças Climáticas diz que, “não há energia mais barata e ambientalmente mais sustentável do que a energia economizada”, esta suposição confirma a segunda maior divulgação, conforme a Tabela 7 do indicador “consumo de energia por Fonte primária” (61,2%), que apresenta o aumento ou redução de consumo. Os indicadores identificados neste estudo demonstram que, geralmente, as empresas focam no relato da economia na utilização da energia, como também algumas informam sobre a Fonte (renováveis ou não renováveis).

Com base na Tabela 7, é possível observar dois indicadores que têm como objetivo prevenir e/ou informar os impactos danosos causados ao meio de ambiente. Nota-se que a maior divulgação foi o indicador “investimento em proteção ambiental” (58,7%), contra 19,0% de divulgação do indicador “acidentes ambientais”. Pode-se presumir que esse resultado é positivo, pois em 2012 a maioria das empresas informaram sobre os investimentos na proteção do meio ambiente, enquanto a minoria informou que houve algum tipo de acidente ambiental.

Quando se trata do indicador “emissão de CO<sub>2</sub>”, na Tabela 7, com 54,0%, percebe-se uma moderada divulgação, uma vez que este resultado pode retratar uma realidade diferente da divulgada pelo Painel Intergovernamental de mudanças do Clima, que diz que o CO<sub>2</sub> é o principal "culpado" pelo aquecimento global, sendo o gás mais emitido (aproximadamente 77%) pelas atividades humanas (ICB, 2014). Neste sentido a Política Nacional de Mudanças Climáticas estabelece um compromisso voluntário, em 2009, de reduzir a emissão de gases de efeito estufa entre 36,1% e 38,9% até 2020 (ICB, 2014).

Assim, os indicadores-chave de desempenho também podem sofrer influência em suas métricas dependendo do setor e da natureza da atividade da empresa, como, por exemplo, o indicador de “Animais Adquiridos para Teste” (3,2%) - (Tabela 7) - que foi divulgado apenas por duas empresas – Natura S.A e Lojas Renner S.A – que afirmam não utilizar o método de teste em animais.

Ainda observando a divulgação de indicadores-chave de desempenho, foi possível analisar os KPIs divulgados (D) e não divulgados (ND) por setor. Os setores foram ordenados em sequência de S1 a S10, que compreendem os setores por ordem decrescente de quantidade de empresas (Tabela 8).

Na Tabela 8, observa-se que o setor “S1-Consumo não Cíclico” foi o único que divulgou todos os indicadores referentes ao capital natural, ou seja, no mínimo uma empresa (1) em cada indicador obteve participação.

Tabela 8 – Frequência de Divulgação por Setor - Capital Natural (%)<sup>3</sup>

| Indicadores-chave de Desempenho – KPIs  | N  | S1   | S2   | S3   | S4   | S5   | S6   | S7   | S8   | S9  | S10 | Méd. | Max. | Min. |
|---|----|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|-----|------|------|------|
|   |    | (15) | (11) | (9)  | (8)  | (7)  | (5)  | (4)  | (2)  | (1) | (1) |      |      |      |
| Emissão de CO2                          | D  | 66,7 | 45,5 | 22,2 | 50,0 | 85,7 | 20,0 | 75,0 | 50,0 | 100 | 100 | 61,5 | 100  | 20,0 |
|   | ND | 33,3 | 54,5 | 77,8 | 50,0 | 14,3 | 80,0 | 25,0 | 50,0 | 0,0 | 0,0 | 38,5 | 80,0 | 0,0  |
| Consumo de energia por Fonte de energia | D  | 73,3 | 63,6 | 44,4 | 25,0 | 85,7 | 60,0 | 75,0 | 50,0 | 100 | 100 | 67,7 | 100  | 25,0 |
|   | ND | 26,7 | 36,4 | 55,6 | 75,0 | 14,3 | 40,0 | 25,0 | 50,0 | 0,0 | 0,0 | 32,3 | 75,0 | 0,0  |
| Quantidade de resíduos                  | D  | 73,3 | 54,5 | 22,2 | 37,5 | 71,4 | 40,0 | 100  | 50,0 | 100 | 100 | 64,9 | 100  | 22,2 |
|   | ND | 26,7 | 45,5 | 77,8 | 62,5 | 28,6 | 60,0 | 0,0  | 50,0 | 0,0 | 0,0 | 35,1 | 77,8 | 0,0  |
| Acidentes ambientais                    | D  | 26,7 | 27,3 | 0,0  | 0,0  | 28,6 | 0,0  | 75,0 | 0,0  | 0,0 | 0,0 | 15,8 | 75,0 | 0,0  |
|   | ND | 73,3 | 72,7 | 100  | 100  | 71,4 | 100  | 25,0 | 100  | 100 | 100 | 84,2 | 100  | 25,0 |
| Resíduos reciclados                     | D  | 73,3 | 81,8 | 44,4 | 50,0 | 71,4 | 60,0 | 100  | 50,0 | 100 | 100 | 73,1 | 100  | 44,4 |
|   | ND | 26,7 | 18,2 | 55,6 | 50,0 | 28,6 | 40,0 | 0,0  | 50,0 | 0,0 | 0,0 | 26,9 | 55,6 | 0,0  |
| Investimentos em proteção ambiental     | D  | 66,7 | 54,5 | 22,2 | 25,0 | 100  | 60,0 | 100  | 50,0 | 100 | 100 | 67,8 | 100  | 22,2 |
|   | ND | 33,3 | 45,5 | 77,8 | 75,0 | 0,0  | 40,0 | 0,0  | 50,0 | 0,0 | 0,0 | 32,2 | 77,8 | 0,0  |
| Animais adquiridos para testes          | D  | 6,7  | 0,0  | 11,1 | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 0,0 | 0,0 | 1,8  | 11,1 | 0,0  |
|   | ND | 93,3 | 100  | 88,9 | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100 | 100 | 98,2 | 100  | 88,9 |

Legenda: S1-Consumo não Cíclico (15), S2- Construção e Transporte (11), S3-Consumo Cíclico (9), S4-Financeiro e Outros (8), S5-Utilidade Pública (7), S6-Bens Industriais (5), S7-Materiais Básicos (4), S8-Tecnologia da Informação (2), S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis e S10-Telecomunicações .

Na Tabela 8 foi possível observar a média, a maior e menor média de divulgação dos indicadores por setor :

- *Emissão de CO2*: a divulgação por setor atingiu uma média de 61,5%. Sendo que os setores “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-

<sup>3</sup> Siglas: Números de empresas (N), setor (S), Divulga (D), Não Divulga (ND), média (méd.), máximo (máx.) e mínimo (mín).

Telecomunicações” obtiveram as maiores médias de divulgação (100%), enquanto “S6-Bens Industriais” divulgou a menor média (20,0%).

- *Consumo de energia por Fonte de energia:* a divulgação por setor atingiu uma média de 67,7%. Sendo que os setores “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-Telecomunicações” obtiveram as maiores médias de divulgação (100%), seguido por “S5-Utilidade Pública”, com 85,7%, enquanto que o “S4-Financeiros e Outros” divulgou a menor média (25,0%).
- *Quantidade de Resíduos:* a divulgação por setor atingiu uma média de 64,9%. Sendo que, os setores “S7-Materiais Básicos”, “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-Telecomunicações” obtiveram as maiores médias de divulgação (100%), enquanto o “S3-Consumo Cíclico” divulgou a menor média (22,2%).
- *Acidentes Ambientais:* a divulgação por setor atingiu uma média relativamente baixa de 15,8%. Sendo que não houve divulgação nos setores “S3-Consumo Cíclico”, “S4-Financeiro e Outros”, “S6-Bens Industriais”, “S8-Tecnologia da Informação”, “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-Telecomunicações”. E dos setores que divulgaram, “S7-Materiais Básicos” obteve a maior média (75,0%) de divulgação.
- *Resíduos Reciclados:* a divulgação por setor atingiu uma média relativamente alta de 73,1%. Sendo que os setores “S7-Materiais Básicos”, “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-Telecomunicações” obtiveram as maiores médias de divulgação (100%), enquanto que o “S3-Consumo Cíclico” divulgou a menor média de 44,4%.
- *Investimentos em proteção ambiental:* a divulgação por setor atingiu uma média de 67,8%. Sendo que os setores “S7-Materiais Básicos”, “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-Telecomunicações” obtiveram as maiores médias de divulgação (100%), enquanto que o “S3-Consumo Cíclico” divulgou a menor média de 22,2%.
- *Animais adquiridos para testes:* a divulgação por setor atingiu uma média baixíssima de 2%. Sendo que a maioria dos setores não divulgaram, com exceção dos setores “S1-Consumo não Cíclico” (7%) e “S3-Consumo Cíclico” (11%).

Para verificar se os indicadores-chave de desempenho divulgados estão aderentes aos indicadores propostos no *checklist*, foram calculados e convertidos em Índice de Divulgação (ID) a partir da seguinte do somatório dos indicadores-chave de desempenho identificados, divididos pelos indicadores-chave de desempenho esperados.

Após identificar os índices de divulgação por empresa, estes foram agrupados por setores, e obteve-se, para cada setor, um índice médio de divulgação conforme o Tabela 9. Percebeu que a diferença entre o maior e o menor índice de divulgação foi 0,50, esta diferença foi proporcionalmente de igual valor, tanto para maior aderência (50,0%), quanto para a menor aderência (50,0%) aos indicadores-chave de desempenho do capital natural.

Tabela 9 – Índice médio de divulgação por setor - Capital Natural

| <b>Setor</b>                    | <b>ID Médio</b> |
|---------------------------------|-----------------|
| Materiais Básicos               | 0,75            |
| Petróleo, Gás e Biocombustíveis | 0,71            |
| Telecomunicações                | 0,71            |
| Utilidade Pública               | 0,63            |
| Consumo não Cíclico             | 0,55            |
| Construção e Transporte         | 0,47            |
| Tecnologia da Informação        | 0,36            |
| Bens Industriais                | 0,34            |
| Financeiro e Outros             | 0,27            |
| Consumo Cíclico                 | 0,24            |

Observa-se no Tabela 9 que o setor de “Materiais básicos” foi o que apresentou maior índice (0,75), ficando pouco a frente dos de “Petróleo, Gás e Biocombustíveis” (0,71) e “Telecomunicações” (0,71). Os setores que menos evidenciaram informações acerca do capital natural foram os “Financeiros e Outros” (0,27) e “Consumo Cíclico” (0,25).

A fim de observar os níveis de aderência, na Tabela 10 são expostas as faixas dos índices de divulgação ao capital natural, bem como os respectivos níveis na escala Alta, Moderada Alta, Moderada Baixa e Baixa.

Tabela 10 – Níveis de Aderência ao Capital Natural

| Níveis       | Escala do Nível | ID          | Nº Empresas | %          |
|--------------|-----------------|-------------|-------------|------------|
| Nível 1      | Alta            | 0,75 - 1,00 | 9           | 14,3       |
| Nível 2      | Moderada Alta   | 0,50 – 0,75 | 24          | 38,1       |
| Nível 3      | Moderada Baixa  | 0,25 – 0,50 | 14          | 22,2       |
| Nível 4      | Baixa           | 0,00 – 0,25 | 16          | 25,4       |
| <b>Total</b> | -               | -           | <b>63</b>   | <b>100</b> |

Observou-se na Tabela 10 que quanto ao capital natural, a minoria das empresas (14,3%) se apresentam no Nível 1, considerado Alto. A maioria das empresas se encontram no Nível 2 (38,1%), indicando uma aderência Moderada Alta aos indicadores.

Já os Níveis 3 e 4 apresentam resultados semelhantes, com 22,2% e 25,4%, respectivamente, apresentando as aderência Moderada Baixa e Baixa. As empresas que menos aderiram ao capital natural foram Portobello S.A, WEG S.A e SLC Agrícola S.A, todas apresentando um ID de 0,14 (APÊNDICE C).

No nível 1, o destaque foi a empresa Natura S.A., como empresa com o maior ID (1,00), a qual aderiu a todos os indicadores propostos no *checklist* de capital natural. O nível máximo alcançado pela Natura S.A. pode ser justificado pelo fato de que no ano de 2012 a Natura S.A foi reconhecida como a “Melhor empresa em sustentabilidade socioambiental” pelo IR Magazine Brazil Awards (NATURA, 2012, p. 16), como também foi reconhecida em 19 títulos diferentes de premiação referente à temática de sustentabilidade. E ainda foi destaque na 15ª edição do prêmio ABRASCA - Melhor Relatório Anual, em 2012, com pontuação máxima (10 pontos) no quesito de aspectos socioambientais, porém no ranking geral ficou na posição 13º lugar da categoria 1, que congrega as organizações de capital aberto com receita líquida igual ou acima de R\$ 3 bilhões.

#### 4.2.1.2 Capital Humano

Os indicadores relacionados ao capital humano são a representação do relacionamento entre organização e seus colaboradores, no sentido de desenvolver competência e habilidades que geram valor ao longo do tempo para a entidade. Martins e Montes (2011) descreve que o termo capital humano refere-se ao conjunto de capacidades produtivas dos seres humanos,

formadas por seus conhecimentos, atitudes e habilidades que geram resultados em uma economia.

Ainda, demonstrando a relevância de informações acerca do capital humano, Gamerschlag (2012) constatou em sua pesquisa sobre as informações de capital humano divulgados voluntariamente e fornecidas por empresas alemãs, que as informações sobre capital humano são de valor relevante. Especialmente as informações relativas à qualificação e às questões de competência, pois estas se associam positivamente com a criação de valor da empresa (GAMESCHLAG, 2012).

Neste estudo, a partir da aplicação do *checklist* de indicadores-chave de desempenho (KPIs), e mediante as variáveis dicotômicas “Divulga” ou “Não Divulga”, foram identificados que 100% das empresas divulgaram no mínimo um indicador sobre o capital humano (Tabela 11).

Tabela 11 – Divulgação de Indicadores – Capital Humano

| Situação     | Nº Empresas | %          |
|--------------|-------------|------------|
| Divulga      | 63          | 100        |
| Não Divulga  | 0           | 0,0        |
| <b>Total</b> | <b>63</b>   | <b>100</b> |

Já com base na Tabela 12, verifica-se a divulgação por indicador-chave de desempenho (KPI), na qual é possível observar os KPIs com maior e menor divulgação por parte das empresas.

Conforme a Tabela 12, o único indicador divulgado por todas as empresas se refere ao “número de funcionários”, seguido do indicador sobre diversidade (76,2%), o qual trata de aspectos como: sexo, gênero, faixa etária, grau de instrução, etnia, religião, origem e raça. E ainda observou que a “Média de idade” (66,7%) segue a tendência dos indicadores mais divulgados, sendo que a média de idade também aparece incorporado com o indicador de diversidade.

Tabela 12 – Quantitativo de divulgação por KPIs - Capital Humano

| Nº  | Indicadores-chave de Capital – KPIs                  | Divulga |      | Não Divulga |      | Total |     |
|-----|--|---------|------|-------------|------|-------|-----|
|     |  | N       | %    | N           | %    | N     | %   |
| 1º  | Número de funcionários                               | 63      | 100  | 0           | 0,0  | 63    | 100 |
| 2º  | Diversidade  | 48      | 76,2 | 15          | 23,8 | 63    | 100 |
| 3º  | Média de dias de treinamento por funcionário         | 43      | 68,3 | 20          | 31,7 | 63    | 100 |
| 4º  | Média de idade                                       | 42      | 66,7 | 21          | 33,3 | 63    | 100 |
| 5º  | Total investido em treinamento                       | 29      | 46,0 | 34          | 54,0 | 63    | 100 |
| 6º  | Taxa de demissão                                     | 28      | 44,4 | 35          | 55,6 | 63    | 100 |
| 7º  | Resultado da pesquisa com funcionários               | 25      | 39,7 | 38          | 60,3 | 63    | 100 |
| 8º  | Relação de salário mínimo                            | 24      | 38,1 | 39          | 61,9 | 63    | 100 |
| 9º  | Taxa de absenteísmo                                  | 21      | 33,3 | 42          | 66,7 | 63    | 100 |
| 10º | Funcionários em aprendizagem eletrônica corporativa  | 16      | 25,4 | 47          | 74,6 | 63    | 100 |
| 11º | Acidentes com lesão por milhões de horas trabalhadas | 10      | 15,9 | 53          | 84,1 | 63    | 100 |

Os indicadores menos atendidos foram relativos aos funcionários em aprendizagem eletrônica corporativa (25,4%), o que se refere aos treinamentos corporativos de forma eletrônica, como uso da EAD, e “acidentes com lesão por milhões de horas trabalhadas”, divulgado apenas por 15,9% das empresas.

Ainda de acordo com a Tabela 12, vale observar os indicadores “Média de dias de treinamento por funcionário” (68,3%) e “Total investido em treinamento” (46,0%), pelo fato de ambos estarem ligados um do outro para serem medidos, ou seja, as empresas aplicam o capital financeiro em treinamento e os colaboradores se qualificam, retornando este investimento em capital humano para a organização.

Observa-se também uma baixa divulgação nos indicadores relativos a pessoal: “Taxa de demissão” (44,4%), “Resultado da pesquisa com funcionários” (39,7%), “Relação de salário mínimo” (38,1%), “Taxa de absenteísmo” (33,3%). Nota-se que esses indicadores estão próximos entre si no que se refere aos percentuais de divulgação (Tabela 12).

Ao analisar a divulgação dos indicadores-chave de desempenho, foi possível observar os KPIs divulgados e não divulgados por setor. Os setores foram ordenados em sequência de S1 a S10, que compreendem os setores por ordem decrescente de quantidade de empresas (Tabela 13).

Tabela 13 – Frequência de Divulgação por Setor - Capital Humano<sup>4</sup>

| Indicadores-chave de Desempenho – KPIs               | N  | S1   | S2   | S3   | S4   | S5   | S6   | S7   | S8   | S9  | S10  | Méd. | Máx. | Mín. |
|--|----|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|------|------|------|------|
|  |    | 15   | 11   | 9    | 8    | 7    | 5    | 4    | 2    | 1   | 1    |      |      |      |
| Número de funcionários                               | D  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100  | 100 | 100  | 100  | 100  | 100  |
|  | ND | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 0,0 | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 0,0  |
| Diversidade  | D  | 66,7 | 100  | 44,4 | 37,5 | 100  | 100  | 100  | 100  | 100 | 100  | 84,9 | 100  | 37,5 |
|  | ND | 33,3 | 0,0  | 55,6 | 62,5 | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 0,0 | 0,0  | 15,1 | 62,5 | 0,0  |
| Total investido em treinamento                       | D  | 33,3 | 36,4 | 22,2 | 50,0 | 71,4 | 80,0 | 50,0 | 50,0 | 100 | 100  | 59,3 | 100  | 22,2 |
|  | ND | 66,7 | 63,6 | 77,8 | 50,0 | 28,6 | 20,0 | 50,0 | 50,0 | 0,0 | 0,0  | 40,7 | 77,8 | 0,0  |
| Funcionários em aprendizagem eletrônica corporativa  | D  | 33,3 | 18,2 | 44,4 | 25,0 | 14,3 | 0,0  | 0,0  | 50,0 | 0,0 | 100  | 28,5 | 100  | 0,0  |
|  | ND | 66,7 | 81,8 | 55,6 | 75,0 | 85,7 | 100  | 100  | 50,0 | 100 | 0,0  | 71,5 | 100  | 0,0  |
| Média de idade                                       | D  | 60,0 | 72,7 | 44,4 | 37,5 | 100  | 80,0 | 100  | 100  | 0,0 | 100  | 69,5 | 100  | 0,0  |
|  | ND | 40,0 | 27,3 | 55,6 | 62,5 | 0,0  | 20,0 | 0,0  | 0,0  | 100 | 0,0  | 30,5 | 100  | 0,0  |
| Média de dias de treinamento por funcionário         | D  | 60,0 | 81,8 | 66,7 | 25,0 | 100  | 80,0 | 75,0 | 50,0 | 100 | 100  | 73,8 | 100  | 25,0 |
|  | ND | 40,0 | 18,2 | 33,3 | 75,0 | 0,0  | 20,0 | 25,0 | 50,0 | 0,0 | 0,0  | 26,2 | 75,0 | 0,0  |
| Resultado da pesquisa com funcionários               | D  | 33,3 | 20,0 | 33,3 | 6,7  | 26,7 | 20,0 | 13,3 | 6,7  | 0,0 | 6,7  | 16,7 | 33,3 | 0,0  |
|  | ND | 66,7 | 80,0 | 66,7 | 93,3 | 73,3 | 80,0 | 86,7 | 93,3 | 100 | 93,3 | 83,3 | 100  | 66,7 |
| Acidentes com lesão por milhões de horas trabalhadas | D  | 20,0 | 9,1  | 0,0  | 12,5 | 57,1 | 0,0  | 25,0 | 0,0  | 0,0 | 0,0  | 12,4 | 57,1 | 0,0  |
|  | ND | 80,0 | 90,9 | 100  | 87,5 | 42,9 | 100  | 75,0 | 100  | 100 | 100  | 87,6 | 100  | 42,9 |
| Taxa de absenteísmo                                  | D  | 46,7 | 27,3 | 22,2 | 12,5 | 57,1 | 20,0 | 50,0 | 0,0  | 100 | 0,0  | 33,6 | 100  | 0,0  |
|  | ND | 53,3 | 72,7 | 77,8 | 87,5 | 42,9 | 80,0 | 50,0 | 100  | 0,0 | 100  | 66,4 | 100  | 0,0  |
| Taxa de demissão                                     | D  | 46,7 | 27,3 | 22,2 | 25,0 | 85,7 | 60,0 | 50,0 | 50,0 | 100 | 100  | 56,7 | 100  | 22,2 |
|  | ND | 53,3 | 72,7 | 77,8 | 75,0 | 14,3 | 40,0 | 50,0 | 50,0 | 0,0 | 0,0  | 43,3 | 77,8 | 0,0  |
| Relação de salário mínimo                            | D  | 20,0 | 54,5 | 22,2 | 25,0 | 100  | 40,0 | 25,0 | 0,0  | 0,0 | 100  | 38,7 | 100  | 0,0  |
|  | ND | 80,0 | 45,5 | 77,8 | 75,0 | 0,0  | 60,0 | 75,0 | 100  | 100 | 0,0  | 61,3 | 100  | 0,0  |

Legenda: S1-Consumo não Cíclico (15), S2- Construção e Transporte (11), S3-Consumo Cíclico (9), S4-Financeiro e Outros (8), S5-Utilidade Pública (7), S6-Bens Industriais (5), S7-Materiais Básicos (4), S8-Tecnologia da Informação (2), S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis e S10-Telecomunicações.

Com base na Tabela 13, observa-se, que os setores “S1-Consumo não Cíclico”, “S2-Construção e Transporte”, “S4- Financeiro e Outros” e “S5-Utilidade Pública” divulgaram todos os indicadores referentes ao capital humano, ou seja, houve no mínimo, quaisquer divulgação dentre as empresas desses setores. E ainda na Tabela 13 foi possível observar a média, a maior e menor média de divulgação dos indicadores por setor:

<sup>4</sup> Legendas: números de empresas (N), setor (S), Divulga (D), Não Divulga (ND), média (méd.), máximo (máx.) e máximo (mín).

- *Número de funcionários*: observa-se que este indicador foi divulgado por todas as empresas desta amostra.
- *Diversidade*: a divulgação por setor atingiu uma média de 84,9%. Sendo que a maioria dos setores divulgou 100% dos indicadores, enquanto o setor “S4-Financeiro e Outros” divulgou a menor média de 37,5%. Nota-se que a menor média (37,5%) está bem abaixo da média geral.
- *Total investido em treinamento*: a divulgação por setor atingiu uma média de 59,3%. Sendo que os setores “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-Telecomunicações” obtiveram 100% de divulgação, como no Capital Natural, enquanto que o “S3-Consumo Cíclico” divulgou a menor média de 22,2%.
- *Funcionários em aprendizagem eletrônica corporativa*: a divulgação por setor atingiu uma média de 28,5%. Sendo que não houve divulgação nos setores “S6- Bens Industriais”, “S7-Materiais Básicos” e “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis”. Já o “S10-Telecomunicações” obteve a maior média de divulgação (100%). Destaca-se que a maioria das empresas tiveram suas médias de divulgação abaixo de 50,0%.
- *Média de idade*: a divulgação por setor atingiu uma média de 69,5%. Sendo que o setor “S5-Utilidade Pública”, “S7-Materiais Básicos”, “S8-Tecnologia da Informação”, “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-Telecomunicações” obtiveram as maiores médias de divulgação (100%), enquanto que o setor “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” foi o único que não divulgou.
- *Média de dias de treinamento por funcionário*: a divulgação por setor atingiu uma média de 73,8%. Sendo que os setores “S5- Utilidade Pública”, “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-Telecomunicações” obtiveram o as maiores médias divulgação (100%), enquanto que o “S4-Financeiro e Outros” divulgou a menor média de 25,0%.
- *Resultado da pesquisa com funcionários*: a divulgação por setor atingiu uma média de 16,7%. Nota-se que somente o setor “S10-Telecomunicações” atingiu a 100% de divulgação. E o “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” não divulgou.

- *Acidentes com lesão por milhões de horas trabalhadas*: a divulgação por setor atingiu uma média de 12,4%. Sendo que os setores “S3-Consumo Cíclico”, “S6-Bens Industriais”, “S8-Tecnologia da Informação”, “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-Telecomunicações” não divulgaram, enquanto que o setor “S5-Utilidade Pública” representou a maior média (57,1%) de divulgação.
- *Taxa de Absenteísmo*: a divulgação por setor atingiu uma média de 33,6%. Sendo que os setores “S8-Tecnologia da Informação” e “S10-Telecomunicações” não divulgaram, enquanto que o setor “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” divulgou a maior média de 100%.
- *Taxa de Demissão*: a divulgação por setor atingiu uma média de 56,7%. Sendo que os setores “S8-Tecnologia da Informação” e “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” obtiveram as maiores médias de divulgação 100%, enquanto que o “S3-Consumo Cíclico” divulgou a menor média de 22,2%.
- *Relação de salário mínimo*: a divulgação por setor atingiu uma média de 38,7%. Sendo que os setores “S5-Utilidade Pública” e “S10-Telecomunicações” representaram 100% de divulgação, e os demais obtiveram participação baixa divulgação.

Para verificar se os indicadores-chave de desempenho divulgados estão aderentes aos indicadores propostos no *checklist*, foram calculados e convertidos em Índice de Divulgação (ID) a partir da seguinte Equação exposta na metodologia (Equação1).

Após identificar os índices de divulgação por empresa, estes foram agrupados por setores. Assim, obteve-se para cada setor um índice médio de aderência conforme a Tabela 14. Percebeu-se que a diferença entre o maior e o menor índice de divulgação foi de 0,49. Esta diferença confirma uma força para cima na aderência dos indicadores-chave de desempenho de capital humano propostos no *checklist*. Observa-se que 70,0% dos setores apresentam um ID acima 0,50.

Tabela 14 – Índice Médio de divulgação por setor - Capital Humano

| <b>Setores</b>                  | <b>ID Médio</b> |
|---------------------------------|-----------------|
| Telecomunicações                | 0,82            |
| Utilidade Pública               | 0,77            |
| Materiais Básicos               | 0,57            |
| Bens Industriais                | 0,56            |
| Petróleo, Gás e Biocombustíveis | 0,55            |
| Construção e Transporte         | 0,50            |
| Tecnologia da Informação        | 0,50            |
| Consumo não Cíclico             | 0,47            |
| Consumo Cíclico                 | 0,40            |
| Financeiro e Outros             | 0,33            |

Observa-se na Tabela 14, que o setor de Telecomunicações (0,82) e Utilidade Pública (0,77) apresentaram os índices mais elevados. No entanto, percebe-se que os demais setores apresentam um comportamento semelhante, sendo atribuídos coeficientes que estão entre 0,47 a 0,57.

Destacam-se, também, os setores referentes ao “Consumo Cíclico” (0,40) e “Financeiro e Outros” (0,33), com os menores índices de divulgação. Esses mesmos setores apresentaram os menores resultados referente ao Capital Natural (Tabela 9), pode-se dizer que há uma tendência de menor divulgação nesses setores.

Apesar dos índices mínimo (0,33) e máximo (0,82) serem maiores que os constantes no Capital Natural (mín. de 0,25 e max.de 0,75), observa-se que a maioria das empresas apresentam índices em torno de 0,50, implicando na baixa divulgação do Capital Humano.

Tabela 15 – Níveis de Aderência ao Capital Humano

| <b>Níveis</b> | <b>Escala</b>  | <b>ID</b>   | <b>Nº Empresas</b> | <b>%</b>   |
|---------------|----------------|-------------|--------------------|------------|
| Nível 1       | Alta           | 0,75 – 1,00 | 12                 | 19,0       |
| Nível 2       | Moderada Alta  | 0,50 - 0,75 | 18                 | 28,6       |
| Nível 3       | Moderada Baixa | 0,25- 0,50  | 23                 | 36,5       |
| Nível 4       | Baixa          | 0,00 – 0,25 | 10                 | 15,9       |
| <b>Total</b>  | -              | -           | <b>63</b>          | <b>100</b> |

E com base na Tabela 15, os resultados demonstram que apenas 19,0% das empresas estão enquadradas no Nível 1 de aderência, próximo ao resultado apresentado no Capital

Natural (14,3%). As empresas que obtiveram maior aderência foram Natura, Lojas Renner e Tractebel, com índice de 0,91 cada.

Já no Nível 2 são enquadradas 28,6% das empresas, embora a maioria esteja representada pelo Nível 3 de aderência (moderada baixa). O Nível 4 representa a minoria das empresas, com 15,9%. As empresas que apresentaram menor índice foram Hypermarchas S.A, Porto Seguro S.A, Alliansce S.A, Profarma, BR Malls, com um ID de 0,09 (APÊNDICE D).

#### 4.2.1.3 Capital Social e de Relacionamento

A divulgação de indicadores relacionados com o capital social e de relacionamento decorre do relacionamento da empresa com todas as instituições que de alguma forma contribuem para o desempenho de suas atividades e geração de valor, tais como fornecedores de capital financeiro ou manufaturado, clientes, concorrentes, parceiros comerciais e outros (PEREZ *et al.* , 2014). Coleman (1988) defini o capital social como uma estrutura que reside nas relações sociais entre atores envolvidos em uma determinada ação.

Neste estudo, a partir da aplicação do *checklist* de indicadores-chave de desempenho (KPIs), e mediante as variáveis dicotômicas “Divulga” ou “Não Divulga”, foram identificados que 92,1% das empresas divulgaram no mínimo um indicador sobre o capital social e de relacionamento (Tabela 16).

Tabela 16 – Divulgação de Indicadores – Capital Social e de Relacionamento

| Situação    | Nº Empresas | %    |
|-------------|-------------|------|
| Divulga     | 58          | 92,1 |
| Não Divulga | 5           | 7,9  |
| Total       | 63          | 100  |

Na Tabela 17, demonstra-se a divulgação por indicador-chave de desempenho (KPI), no qual é possível identificar os KPIs com maior e menor divulgação por parte das empresas.

Tabela 17 – Quantitativo de divulgação por KPIs - Capital Social e de Relacionamento

| Nº | Indicadores-chave de Capital – KPIs                   | Divulga |      | Não Divulga |      | Total |     |
|----|---|---------|------|-------------|------|-------|-----|
|    |   | N       | %    | N           | %    | N     | %   |
| 1º | Envolvimento em ações sociais                         | 56      | 88,9 | 7           | 11,1 | 63    | 100 |
| 2º | Envolvimento em projetos culturais                    | 48      | 76,2 | 15          | 23,8 | 63    | 100 |
| 3º | “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia) | 42      | 66,7 | 21          | 33,3 | 63    | 100 |
| 4º | Índice de satisfação do cliente                       | 30      | 47,6 | 33          | 52,4 | 63    | 100 |
| 5º | Número de voluntários                                 | 17      | 27,0 | 46          | 73,0 | 63    | 100 |
| 6º | Reclamações trabalhistas / Processos                  | 12      | 19,0 | 51          | 81,0 | 63    | 100 |
| 7º | Provisão para projetos sociais                        | 10      | 15,9 | 53          | 84,1 | 63    | 100 |
| 8º | Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”           | 7       | 11,1 | 56          | 88,9 | 63    | 100 |

Conforme a Tabela 17, os indicadores que alcançaram as maiores divulgações foram relacionados com a comunidade, “Envolvimento em ações sociais” (88,9%), “Envolvimento em projetos culturais” (76,2%) e 66,7% do indicador “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia).

Já os indicadores menos divulgados foram “Provisão para projetos sociais” (15,9%), do grupo comunidade, e, com relação aos colaboradores, observa-se a participação da empresa no Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”, com 11,1%. As empresas que constam nesse ranking são a CCR S.A, CPFL Energias S.A, Eternity S.A, Magazine Luiza, Natura Cosméticos S.A, São Martinho S.A e Tractebel Energia S.A.

Observou que apenas um indicador tem relação com o grupo de clientes, e foi divulgado por 48% das empresas o indicador “Índice de satisfação do cliente” (Tabela 17).

Ainda observando a divulgação de indicadores-chave de desempenho, foi possível analisar os KPIs divulgados (D) e não divulgados (ND) por setor. Os setores foram ordenados em sequência de S1 a S10, que compreendem os setores por ordem decrescente de quantidade de empresas (Tabela 18).

Com base na Tabela 18, observa-se, que os setores “S2-Construção e Transporte”, “S3-Consumo Cíclico”, “S4- Financeiro e Outros” e “S5-Utilidade Pública” divulgaram todos os indicadores referentes ao capital social e de relacionamento.

Tabela 18 – Frequência de Divulgação por setor - Capital Social e de Relacionamento

| Indicadores-chave de Desempenho - KPIs                | N  | S1   | S2   | S3   | S4   | S5   | S6   | S7   | S8   | S9  | S10 | Méd. | Máx. | Mín. |
|---|----|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|-----|------|------|------|
|   |    | 15   | 11   | 9    | 8    | 7    | 5    | 4    | 2    | 1   | 1   |      |      |      |
| Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”           | D  | 13,3 | 18,2 | 11,1 | 0,0  | 28,6 | 0,0  | 0,0  | 0,0  | 0,0 | 0,0 | 7,1  | 28,6 | 0,0  |
|   | ND | 86,7 | 81,8 | 88,9 | 100  | 71,4 | 100  | 100  | 100  | 100 | 100 | 92,9 | 100  | 71,4 |
| Número de voluntários                                 | D  | 13,3 | 27,3 | 44,4 | 25,0 | 14,3 | 60,0 | 0,0  | 50,0 | 0,0 | 100 | 33,4 | 100  | 0,0  |
|   | ND | 86,7 | 72,7 | 55,6 | 75,0 | 85,7 | 40,0 | 100  | 50,0 | 100 | 0,0 | 66,6 | 100  | 0,0  |
| Reclamações trabalhistas / Processos                  | D  | 6,7  | 18,2 | 11,1 | 12,5 | 57,1 | 0,0  | 50,0 | 0,0  | 0,0 | 100 | 25,6 | 100  | 0,0  |
|   | ND | 93,3 | 90,9 | 77,8 | 62,5 | 100  | 100  | 100  | 100  | 100 | 100 | 92,5 | 100  | 62,5 |
| Envolvimento em ações sociais                         | D  | 100  | 90,9 | 88,9 | 87,5 | 85,7 | 60,0 | 75,0 | 100  | 100 | 100 | 88,8 | 100  | 60,0 |
|   | ND | 0,0  | 9,1  | 11,1 | 12,5 | 14,3 | 40,0 | 25,0 | 0,0  | 0,0 | 0,0 | 11,2 | 40,0 | 0,0  |
| Envolvimento em projetos culturais                    | D  | 80,0 | 81,8 | 66,7 | 62,5 | 100  | 100  | 25,0 | 50,0 | 100 | 100 | 76,6 | 100  | 25,0 |
|   | ND | 20,0 | 18,2 | 33,3 | 37,5 | 0,0  | 0,0  | 75,0 | 50,0 | 0,0 | 0,0 | 23,4 | 75,0 | 0,0  |
| Índice de satisfação do cliente                       | D  | 40,0 | 72,7 | 55,6 | 37,5 | 57,1 | 20,0 | 25,0 | 50,0 | 0,0 | 100 | 45,8 | 100  | 0,0  |
|   | ND | 60,0 | 27,3 | 44,4 | 62,5 | 42,9 | 80,0 | 75,0 | 50,0 | 100 | 0,0 | 54,2 | 100  | 0,0  |
| Provisão para projetos sociais                        | D  | 13,3 | 0,0  | 20,0 | 6,7  | 20,0 | 0,0  | 0,0  | 6,7  | 0,0 | 0,0 | 6,7  | 20,0 | 0,0  |
|   | ND | 86,7 | 100  | 80,0 | 93,3 | 80,0 | 100  | 100  | 93,3 | 100 | 100 | 93,3 | 100  | 80,0 |
| “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia) | D  | 46,7 | 90,9 | 55,6 | 37,5 | 100  | 80,0 | 75,0 | 50,0 | 0,0 | 100 | 63,6 | 100  | 0,0  |
|   | ND | 53,3 | 9,1  | 44,4 | 62,5 | 0,0  | 20,0 | 25,0 | 50,0 | 100 | 0,0 | 36,4 | 100  | 0,0  |

Legenda: S1-Consumo não Cíclico (15), S2- Construção e Transporte (11), S3-Consumo Cíclico (9), S4-Financeiro e Outros (8), S5-Utilidade Pública (7), S6-Bens Industriais (5), S7-Materiais Básicos (4), S8-Tecnologia da Informação (2), S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis e S10-Telecomunicações .

Com base na Tabela 18 foi possível observar a média, máximo e mínimo de representatividade de divulgação dos indicadores por setor:

- *Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”*: a divulgação por setor atingiu uma média de 7,1%. Sendo que a maioria dos setores não divulgaram a participação no *ranking* das melhores empresas para se trabalhar. E a maior média alcançado em divulgação foi 28,6% por um único setor (S5-Utilidade Pública).
- *Número de voluntários*: a divulgação por setor atingiu uma média de 33,4%. Sendo que o setor “S10-Telecomunicações” obteve a maior média de divulgação 100%, enquanto os setores “S7-Materiais Básicos” e “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” não divulgaram sobre a quantidade de voluntários.
- *Reclamações e/ou processo trabalhista*: a divulgação por setor atingiu uma média de 25,6%. Sendo que o setor “S8-Tecnologia da Informação” obteve a

maior média de divulgação (100%), enquanto os setores, “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-Telecomunicações” não divulgaram.

- *Envolvimento em ações sociais*: a divulgação por setor atingiu uma média de 88,8%. Sendo que o setor “S1-Consumo não Cíclico”, “S8-Tecnologia da Informação”, “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-Telecomunicações” obtiveram as maiores médias de divulgação (100%), seguido do setor “S2-Construção e Transporte” com 90,9%. Observa-se que esse indicador apresentou uma divulgação com percentuais altos, e todos os setores divulgaram.
- *Envolvimento em projetos culturais*: a divulgação por setor atingiu uma média de 76,6%. Sendo que os setores “S5-Utilidade Pública”, “S6-Bens Industriais” “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-Telecomunicações” obtiveram as maiores médias de divulgação (100%), e os demais setores também divulgaram sobre projetos culturais, observando o setor S7-Materiais Básicos que divulgou a menor de 25,0%.
- *Índice de satisfação do cliente*: a divulgação por setor atingiu uma média de 45,8%. Sendo que somente o setor “S10-Telecomunicações” obteve 100% de divulgação, inversamente o setor “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” foi o único que não divulgou este indicador.
- *Provisão para projetos sociais*: a divulgação por setor atingiu uma média de 6,7%, considerando que a maior média foi 20,0%, somente dois setores atingiram esta média “S3-Consumo Cíclico” e “S5-Utilidade Pública”. Nota-se uma baixa divulgação nas provisões de projetos sociais por todos os setores, e a metade dos setores não divulgaram sobre esse indicador.
- *“Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)*: a divulgação por setor atingiu uma média de 63,6%. Sendo que o setor “S5-Utilidade Pública,” e “S10-Telecomunicações” obtiveram as maiores médias de divulgação (100%). Enquanto que somente o setor “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” não divulgou.

Para verificar se os indicadores-chave de desempenho divulgados estão aderentes aos indicadores propostos no *checklist*, foram calculados e convertidos em Índice de Divulgação (ID) a partir da seguinte Equação exposta na metodologia (Equação1).

Após identificar os índices de divulgação por empresa, estes foram agrupados por setores. Assim, obteve-se para cada setor um índice médio de aderência conforme o Tabela 19. Percebeu-se que a diferença entre o maior e o menor índice de divulgação foi de 0,50, semelhante ao capital natural, apesar da diferença positiva, o resultado demonstrou uma força para baixo na aderência dos indicadores-chave de desempenho do capital social e de relacionamento propostos no *checklist*. Notou-se que somente 30% dos setores apresentam um ID acima de 0,50.

Tabela 19 – Índice Médio de divulgação por setor - Capital Social e de Relacionamento

| <b>Setor</b>                    | <b>ID médio</b> |
|---------------------------------|-----------------|
| Telecomunicações                | 0,75            |
| Utilidade Pública               | 0,63            |
| Construção e Transporte         | 0,50            |
| Bens Industriais                | 0,45            |
| Consumo Cíclico                 | 0,44            |
| Tecnologia da Informação        | 0,44            |
| Consumo não Cíclico             | 0,39            |
| Materiais Básicos               | 0,34            |
| Financeiro e Outros             | 0,31            |
| Petróleo, Gás e Biocombustíveis | 0,25            |

É possível observar na Tabela 19 que o setor de Telecomunicações alcançou o índice de divulgação mais elevado neste capital, seguindo a tendência dos índices alcançados anteriormente nos capitais natural (0,71) e humano (0,82).

Os setores que apresentaram os menores índices foram os de “Financeiro e Outros”, com 0,31, de forma semelhante às análises anteriores (ID – 0,27 natural e ID – 0,33 humano); e “Petróleo, Gás e Biocombustível”, com 0,25. Esse último setor foi um dos destaques da análise referente ao Capital Natural (ID - 0,71), e agora apresenta o menor índice de divulgação.

Conforme a Tabela 20 os resultados acerca dos níveis de aderência indicam uma similaridade entre a composição dos níveis 2 e 3 quanto à quantidade de empresa. Entretanto se dividem em escalas diferentes: moderada alta (31,7%) e moderada baixa (33,3%).

Tabela 20 – Níveis de Aderência ao Capital Social e de Relacionamento

| Níveis  | Escala         | ID          | Nº        | %    |
|---------|----------------|-------------|-----------|------|
| Nível 1 | Alta           | 0,75 -1,00  | 12        | 19,0 |
| Nível 2 | Moderada Alta  | 0,50 – 0,75 | 20        | 31,7 |
| Nível 3 | Moderada Baixa | 0,25 – 0,50 | 21        | 33,3 |
| Nível 4 | Baixa          | 0,00 – 0,25 | 10        | 15,9 |
| Total   | -              | -           | <b>63</b> | 100  |

A minoria, representada por 15,9%, obteve uma aderência baixa aos indicadores-chave de desempenho (Tabela 20). Vale sinalizar que cinco empresas não divulgaram nenhum indicador: Cyrela S.A., Grendene S.A, Multiplus S.A, Cetip S.A. e São Carlos S.A. (APÊNDICE D). Como também destaca-se que essas empresas não divulgaram nenhum indicador referente ao capital natural (APÊNDICE C ).

#### 4.2.1.4 Capital Intelectual

O Capital Intelectual é o patrimônio de conhecimento, criatividade e inteligência, desenvolvido pela organização ao longo de sua existência (PEREZ *et al.* , 2014). Entretanto, alguns autores incluem no capital intelectual, os capitais humano, social e de relacionamento. Edvinsson e Malone (1998, p. 40, grifo nosso) diz que, o capital intelectual se trata da “[...] posse de conhecimento, experiência aplicada, tecnologia organizacional, relacionamentos com clientes e habilidades profissionais que proporcionam à empresa uma vantagem competitiva no mercado”. Mas nesse estudo, o capital intelectual está relacionado à patente, marca, pesquisa e desenvolvimento.

Neste estudo, a partir da aplicação do *checklist* de indicadores-chave de desempenho (KPIs), e mediante as variáveis dicotômicas “Divulga” ou “Não Divulga”, foram identificados que 85,7% das empresas divulgaram no mínimo um indicador sobre o capital intelectual (Tabela 21).

Tabela 21 – Divulgação de Indicadores – Capital Intelectual

| Situação     | Nº Empresas | %          |
|--------------|-------------|------------|
| Divulga      | 54          | 85,7       |
| Não Divulga  | 9           | 14,3       |
| <b>Total</b> | <b>63</b>   | <b>100</b> |

Já com base na Tabela 22, verifica-se a divulgação por indicador-chave de desempenho (KPI), e é possível observar os KPIs com maior e menor divulgação por parte das empresas.

Percebe-se que os indicadores mais divulgados foram, de acordo com a Tabela 22, o “Reconhecimento da marca”, com 74,6%, e, em segundo lugar, o “Dinheiro gasto em Pesquisa e Desenvolvimento”, com 42,9%.

Tabela 22 – Quantitativo de divulgação por KPIs - Capital Intelectual

| Nº | Indicadores-chave de Capital – KPIs                                  | Divulga |      | Não Divulga |      | Total |     |
|----|--|---------|------|-------------|------|-------|-----|
|    |  | N       | %    | N           | %    | N     | %   |
| 1º | Reconhecimento da marca  | 47      | 74,6 | 16          | 25,4 | 47    | 100 |
| 2º | Dinheiro gasto em P&D  | 27      | 42,9 | 36          | 57,1 | 27    | 100 |
| 3º | Número de novos produtos desenvolvidos;                              | 21      | 33,3 | 42          | 66,7 | 21    | 100 |
| 4º | Despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização; | 18      | 28,6 | 45          | 71,4 | 18    | 100 |
| 5º | Despesas com o desenvolvimento de softwares para sistemas internos;  | 9       | 14,3 | 54          | 85,7 | 9     | 100 |
| 6º | Número de patentes requeridas  | 8       | 12,7 | 55          | 87,3 | 8     | 100 |
| 7º | Número de testes com nova tecnologia                                 | 6       | 9,5  | 57          | 90,5 | 6     | 100 |
| 8º | Vendas geradas por produtos originados de P&D.                       | 2       | 3,2  | 61          | 96,8 | 2     | 100 |

Os indicadores referentes ao “número de novos produtos desenvolvidos” e às “despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização”, apresentam percentuais de atendimento de 33,3% e 28,6%, respectivamente.

Já os indicadores restantes apresentam percentuais baixos, sendo as “despesas com desenvolvimento de softwares para sistemas internos” atendidos por 14,3% das empresas; “número de patentes requeridas” (12,7%); “número de testes com nova tecnologia” (9,5%) e as vendas geradas por produtos originados de P&D, apenas por 3,2%, representando o indicador menos divulgado pelas empresas.

Ainda observando a divulgação de indicadores-chave de desempenho, foi possível analisar os KPIs divulgados (D) e não divulgados (ND) por setor. Estes foram ordenados em

sequência de S1 a S10, que compreendem os setores em ordem decrescente de quantidade de empresas (Tabela 23).

Com base na Tabela 23, observa-se, que todos os setores deixaram de divulgar, no mínimo, um indicador-chave de desempenho referente ao Capital Intelectual por setor.

Tabela 23 – Frequência de Divulgação por Setor - Capital Intelectual

| Indicadores-chave de Desempenho - KPIs                             | N  | S1   | S2   | S3   | S4   | S5   | S6   | S7   | S8   | S9  | S10 | Méd. | Máx. | Mín. |
|--|----|------|------|------|------|------|------|------|------|-----|-----|------|------|------|
|  |    | 15   | 11   | 9    | 8    | 7    | 5    | 4    | 2    | 1   | 1   |      |      |      |
| Número de patentes requeridas                                      | D  | 13,3 | 9,1  | 0,0  | 37,5 | 14,3 | 40,0 | 0,0  | 50,0 | 0,0 | 0,0 | 16,4 | 50,0 | 0,0  |
|  | ND | 86,7 | 90,9 | 100  | 62,5 | 85,7 | 60,0 | 100  | 50,0 | 100 | 100 | 83,6 | 100  | 50,0 |
| Dinheiro gasto em P&D  | D  | 46,7 | 9,1  | 22,2 | 62,5 | 14,3 | 60,0 | 50,0 | 100  | 100 | 0,0 | 46,5 | 100  | 0,0  |
|  | ND | 53,3 | 90,9 | 77,8 | 37,5 | 85,7 | 40,0 | 50,0 | 0,0  | 0,0 | 100 | 53,5 | 100  | 0,0  |
| Número de testes com nova tecnologia                               | D  | 0,0  | 0,0  | 11,1 | 62,5 | 14,3 | 0,0  | 25,0 | 0,0  | 0,0 | 0,0 | 11,3 | 62,5 | 0,0  |
|  | ND | 100  | 100  | 88,9 | 37,5 | 85,7 | 100  | 75,0 | 100  | 100 | 100 | 88,7 | 100  | 37,5 |
| Reconhecimento da marca  | D  | 80,0 | 63,6 | 88,9 | 12,5 | 14,3 | 60,0 | 75,0 | 100  | 100 | 100 | 69,4 | 100  | 12,5 |
|  | ND | 20,0 | 36,4 | 11,1 | 87,5 | 85,7 | 40,0 | 25,0 | 0,0  | 0,0 | 0,0 | 30,6 | 87,5 | 0,0  |
| Número de novos produtos desenvolvidos;                            | D  | 40,0 | 27,3 | 0,0  | 0,0  | 14,3 | 60,0 | 75,0 | 100  | 0,0 | 0,0 | 31,7 | 100  | 0,0  |
|  | ND | 60,0 | 72,7 | 100  | 100  | 85,7 | 40,0 | 25,0 | 0,0  | 100 | 100 | 68,3 | 100  | 0,0  |
| Despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da            | D  | 26,7 | 9,1  | 66,7 | 37,5 | 14,3 | 20,0 | 50,0 | 0,0  | 0,0 | 0,0 | 22,4 | 66,7 | 0,0  |
|  | ND | 73,3 | 90,9 | 33,3 | 62,5 | 85,7 | 80,0 | 50,0 | 100  | 100 | 100 | 77,6 | 100  | 33,3 |
| Despesas com o desenvolvimento de softwares para sistemas internos | D  | 0,0  | 0,0  | 6,7  | 0,0  | 6,7  | 6,7  | 0,0  | 13,3 | 0,0 | 0,0 | 3,3  | 13,3 | 0,0  |
|  | ND | 100  | 100  | 93,3 | 100  | 93,3 | 93,3 | 100  | 86,7 | 100 | 100 | 96,7 | 100  | 86,7 |
| Vendas geradas por produtos originados de P&D                      | D  | 6,7  | 0,0  | 0,0  | 37,5 | 0,0  | 20,0 | 0,0  | 0,0  | 0,0 | 0,0 | 6,4  | 37,5 | 0,0  |
|  | ND | 93,3 | 100  | 100  | 62,5 | 100  | 80,0 | 100  | 100  | 100 | 100 | 93,6 | 100  | 62,5 |

Legenda: S1-Consumo não Cíclico (15), S2- Construção e Transporte (11), S3-Consumo Cíclico (9), S4-Financeiro e Outros (8), S5-Utilidade Pública (7), S6-Bens Industriais (5), S7-Materiais Básicos (4), S8-Tecnologia da Informação (2), S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis e S10-Telecomunicações.

Com base na Tabela 23, foi possível observar a média, máximo e mínimo de representatividade de divulgação dos indicadores por setor:

- *Número de patentes requeridas*: a divulgação por setor atingiu uma média de 16,4%. Sendo que somente o setor “S8-Tecnologia da Informação” obteve o a maior média de divulgação (50,0%), já os setores “S3-Consumo Cíclico”, “S4-Financeiro e Outros”, “S7-Materiais Básicos”, “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-Telecomunicações” não divulgaram.

- *Dinheiro gasto em P&D*: A divulgação por setor atingiu uma média de 46,5%. Os setores “S8-Tecnologia da Informação” e o “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis”, obtiveram as maiores médias de divulgação (100%), enquanto que apenas o setor “S10-Telecomunicações” não divulgou.
- *Número de testes com nova tecnologia* : a divulgação por setor atingiu uma média de 11,1%. O setor “S5-Utilidade Pública” obteve a maior média de divulgação (62,5%), e houve nos demais setores uma baixa divulgação.
- *Reconhecimento da marca*: a divulgação por setor atingiu uma média de 69,4%. Todos os setores apresentaram divulgação sobre reconhecimento da marca, e o setor “S4-Financeiro e Outros” atingiu a menor média de divulgação (12,5%).
- *Número de novos produtos desenvolvidos*: a divulgação por setor atingiu uma média de 31,7%. O “S8-Tecnologia da Informação” obteve a maior média de divulgação (100%), enquanto que os setores “S3-Consumo Cíclico”, “S4-Financeiro e Outros”, “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e o “S10-Telecomunicações” não divulgaram.
- *Despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização*: a divulgação por setor atingiu uma média de 22,4%. Não houve divulgação nos setores “S8-Tecnologia da Informação”, “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis” e “S10-Telecomunicações”. O setor “S3-Consumo Cíclico” obteve a maior média de divulgação (66,7%).
- *Despesas com o desenvolvimento de softwares para sistemas internos*: a divulgação por setor atingiu uma média de 3,3% e a maior média de divulgação foi no setor “S8-Tecnologia da Informação” com 13,3%. Nota-se que a maioria dos setores não divulgaram sobre esse indicador.
- *Vendas geradas por produtos originados de P&D*: a divulgação por setor atingiu uma média de 6,4%. O setor “S4-Financeiro e Outros” obteve a maior média de divulgação (37,5%). Observa-se que as médias de divulgação sobre esse indicador foram baixas, e percebe-se que a maioria dos setores não divulgaram.

Para verificar se os indicadores-chave de desempenho divulgados estão aderentes aos indicadores propostos no *checklist*, foram calculados e convertidos em Índice de Divulgação (ID) a partir da seguinte Equação exposta na metodologia (Equação1).

Após calcular os índices de divulgação por empresa, esses foram agrupados por setores. Obteve-se, para cada setor, um índice médio de divulgação conforme a Tabela 24. Percebeu que a diferença entre o maior e o menor índice de divulgação foi 0,43 abaixo dos outros capitais. Essa diferença demonstra uma força para baixo na aderência dos indicadores-chave de desempenho de capital intelectual propostos no *checklist*. Observa-se que somente 20% dos setores apresentam um ID acima de 0,50.

Tabela 24 – Índice médio de divulgação por setor - Capital Intelectual

| <b>Setor</b>                    | <b>ID Médio</b> |
|---------------------------------|-----------------|
| Tecnologia da Informação        | 0,56            |
| Utilidade Pública               | 0,48            |
| Materiais Básicos               | 0,35            |
| Bens Industriais                | 0,34            |
| Consumo não Cíclico             | 0,27            |
| Consumo Cíclico                 | 0,25            |
| Petróleo, Gás e Biocombustíveis | 0,25            |
| Financeiro e Outros             | 0,19            |
| Construção e Transporte         | 0,15            |
| Telecomunicações                | 0,13            |

É possível observar na Tabela 24, que o setor de “Tecnologia da informação” (0,56) alcançou o índice de divulgação mais elevado nesse capital. No estudo de Reina *et al.* (2011) o setor de “Tecnologia da informação”, também obteve resultados altos na evidenciação do capital intelectual, durante os três anos analisados 2007, 2008 e 2009 o percentual de divulgação elevou-se de 78% (2007) para 87,5% (2009), todavia só foi analisado o relatório de administração.

O setor que apresentou os menores índices foram o de “Telecomunicações” (0,13), que aparece na última posição, contrariando a segunda posição assumida no Capital Social e de Relacionamento. O setor de “Construção e Transporte”, com 0,15, e o setor de “Financeiro e Outros”, com 0,19, também revelaram baixos índices.

A fim de observar os níveis de aderência, na Tabela 25 são expostas as faixas dos índices de divulgação ao capital natural, bem como os respectivos níveis na escala Alta, Moderada Alta, Moderada Baixa e Baixa.

Tabela 25 – Níveis de Aderência ao Capital Intelectual

| Níveis       | Escala         | ID          | Nº Empresas | %          |
|--------------|----------------|-------------|-------------|------------|
| Nível 1      | Alta           | 0,75 – 1,00 | 4           | 6,3        |
| Nível 2      | Moderada Alta  | 0,50 – 0,75 | 12          | 19,0       |
| Nível 3      | Moderada Baixa | 0,25 – 0,50 | 19          | 30,2       |
| Nível 4      | Baixa          | 0,00 – 0,25 | 28          | 44,4       |
| <b>Total</b> |                | -           | <b>63</b>   | <b>100</b> |

O resultado dos níveis de aderência para o Capital Intelectual apresenta o comportamento distinto entre os já analisados anteriormente. Para esse capital, verificou-se que a maioria das empresas estão enquadradas no Nível 4 de aderência (44,4%), que é considerado o nível mais baixo. Esse resultado apresentou uma divulgação discreta entre as empresas estudadas. O estudo de Sierra e Rojo (2002) já apontava baixos índices de divulgação do capital intelectual constatados a partir da investigação de 46 companhias abertas na bolsa de Madri no período de 1997 e 1999.

O Nível 3 (baixo moderado) apresenta o percentual de 30,2% das empresas, sendo o segundo maior grupo. Já os níveis mais elevados de aderência, Nível 1 e 2, foram representados por 6,3% e 19,0% respectivos.

Esse resultado indica que a divulgação do Capital Intelectual é o menos divulgado pelas empresas. Apesar de que somente uma empresa Embraer S.A obteve um índice de divulgação máximo de 0,88, seguidas das empresas Fleury S.A (consumo não cíclico), EDP S.A. e CPFL S.A, ambas de energia elétrica, com índice de 0,75. Já as empresas que não divulgaram e obtiveram um menor índice (0,13) todas totalizam 28 empresas (APENDICE F).

#### **4.2.1.5 Capital Geral (natural, humano, social e de relacionamento e intelectual)**

Para apresentar o resultado geral dos capitais, foi elaborado um *ranking* entre a divulgação máxima e mínima, e optou-se por utilizar as médias referentes à divulgação dos indicadores por setor, que foram apresentados nos tópicos anteriores por capital natural, humano, social, de relacionamento e intelectual.

Conforme a Tabela 26, os KPIs mais divulgados, foram os indicadores pertencentes aos capitais humano, social e de relacionamento, que compreendem o primeiro lugar, “número de funcionário”, com 100%; o segundo lugar, “envolvimento em ações sociais”, 88%; o terceiro, “diversidade”, com 85%; e o quarto, “envolvimento em projetos culturais”, com 77%.

Já o capital natural alcançou a máxima de 73% na divulgação, e ocupou a sexta posição com o indicador “resíduos reciclados”. Enquanto o capital intelectual representou somente um indicador acima de 50%, e esse ocupa a 8ª posição.

Os últimos lugares, com até 25% de divulgação, foram ocupados por 11 indicadores. Sendo de fato os últimos: os indicadores “vendas geradas por produtos originados de P&D” (3%), em 33º lugar; e “Animais adquiridos para testes” (2%), em 34º lugar.

Tabela 26 – *Ranking* – Divulgação Geral dos Indicadores<sup>5</sup>

| Nº  | Indicadores-chave de Desempenho - KPIs                              | Tipo Capital | Média Geral (setores) |
|-----|---|--------------|-----------------------|
| 1º  | Número de funcionários  | CH           | 100%                  |
| 2º  | Envolvimento em ações sociais                                       | CSR          | 88%                   |
| 3º  | Diversidade   | CH           | 85%                   |
| 4º  | Envolvimento em projetos culturais                                  | CSR          | 77%                   |
| 5º  | Média de dias de treinamento por funcionário                        | CH           | 74%                   |
| 6º  | Resíduos reciclados   | CN           | 73%                   |
| 7º  | Média de idade  | CH           | 70%                   |
| 8º  | Reconhecimento da marca   | CI           | 69%                   |
| 9º  | Investimentos em proteção ambiental                                 | CN           | 68%                   |
| 10º | Consumo de energia por Fonte de energia                             | CN           | 68%                   |
| 11º | Quantidade de resíduos  | CN           | 65%                   |
| 12º | “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)               | CSR          | 64%                   |
| 13º | Emissão de CO2  | CN           | 62%                   |
| 14º | Total investido em treinamento                                      | CH           | 59%                   |
| 15º | Taxa de demissão  | CH           | 57%                   |
| 16º | Dinheiro gasto em P&D   | CI           | 46%                   |
| 17º | Índice de satisfação do cliente                                     | CSR          | 46%                   |
| 18º | Relação de salário mínimo   | CH           | 39%                   |
| 19º | Taxa de absenteísmo   | CH           | 34%                   |
| 20º | Número de voluntários   | CSR          | 33%                   |
| 21º | número de novos produtos desenvolvidos;                             | CI           | 32%                   |
| 22º | Funcionários em aprendizagem eletrônica corporativa                 | CH           | 28%                   |
| 23º | Reclamações trabalhistas / Processos                                | CSR          | 26%                   |
| 24º | despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização | CI           | 22%                   |
| 25º | Resultado da pesquisa com funcionários                              | CH           | 17%                   |
| 26º | Número de patentes requeridas                                       | CI           | 16%                   |
| 27º | Acidentes ambientais  | CN           | 16%                   |
| 28º | Acidentes com lesão por milhões de horas trabalhadas                | CH           | 12%                   |
| 29º | Número de testes com nova tecnologia                                | CI           | 11%                   |
| 30º | Provisão para projetos sociais                                      | CSR          | 7%                    |
| 31º | Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”                         | CSR          | 7%                    |
| 33º | vendas geradas por produtos originados de P&D                       | CI           | 6%                    |
| 32º | despesas com o desenvolvimento de softwares para sistemas internos  | CI           | 3%                    |
| 34º | Animais adquiridos para testes                                      | CN           | 2%                    |

---

<sup>5</sup>Siglas: Capital Natural (CN), Capital Humano (CH), Capital Social e de Relacionamento (CSR) e Capital Intelectual (CI).

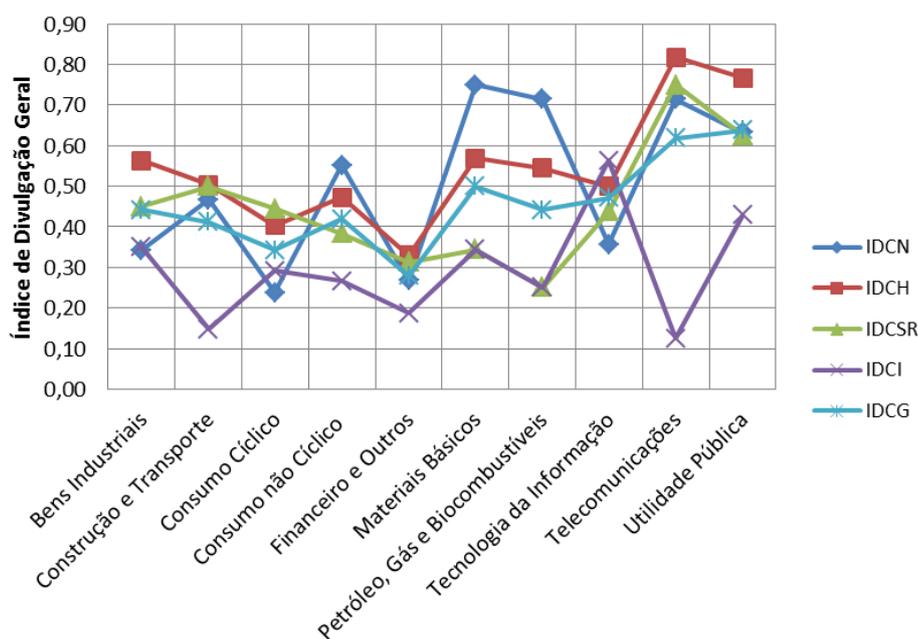
Observa-se que quando o ranking divide-se em quartil, obtemos os seguintes resultados (Tabela 27):

Tabela 27 – Nível de Divulgação Geral - *Ranking*

| Níveis                      | Escala         | ID          | Nº KPIs   | %          |
|-----------------------------|----------------|-------------|-----------|------------|
| Nível 1                     | Alta           | 0,75 – 1,00 | 4         | 11,8       |
| Nível 2                     | Moderada Alta  | 0,50 – 0,75 | 11        | 32,4       |
| Nível 3                     | Moderada Baixa | 0,25 – 0,50 | 8         | 23,5       |
| Nível 4                     | Baixa          | 0,00 – 0,25 | 11        | 32,4       |
| <b>Total de Indicadores</b> |                |             | <b>34</b> | <b>100</b> |

Os indicadores em quartil revelam que há uma força para baixa divulgação dos capitais não financeiros pelos setores, pois entre 0,00 a 0,50 obteve-se um total de 55,9% de moderada baixa e baixa na divulgação dos indicadores-chave de desempenho. Já a intensidade para maiores índices de divulgação alcançou somente 44,2%, mostrando que há uma tendência para o aumento da divulgação de informações não financeiras.

Gráfico 1 – Índice médio de Divulgação por setor – Capital Geral <sup>6</sup>



<sup>6</sup>Siglas: Índice de Divulgação Capital Natural (IDCN), Índice de Divulgação Capital Humano (IDCH), Índice de Divulgação Capital Social e de Relacionamento (IDCSR) e Índice de Divulgação Capital Intelectual (IDCI).

O Gráfico 1 apresenta o índice médio geral de divulgação com os respectivos índices médios por capital (IDCG, IDCN, IDCH, IDCSR, IDCI). Observa-se que o índice médio mais elevado alcançou 0,64 no setor de “Utilidade pública”, e que obteve em todos os capitais um índice acima de 0,50, exceto no IDCI (0,43). Por outro lado, o setor “Financeiro e outros” (0,28), na sua maioria, apresentaram índices baixos por capital, seguido do setor “Consumo cíclico” (0,34).

Este resultado foi também apresentado no Gráfico 2, no qual podemos observar o comportamento por índice de cada capital e o geral.

Os índices mais próximos entre si foram observados no setor “Tecnologia da Informação”, seguido do setor “Financeiros e outros”, apesar de ficarem entre moderado baixo e baixo.

Tabela 28 – Níveis de Aderência Geral – Capital Geral

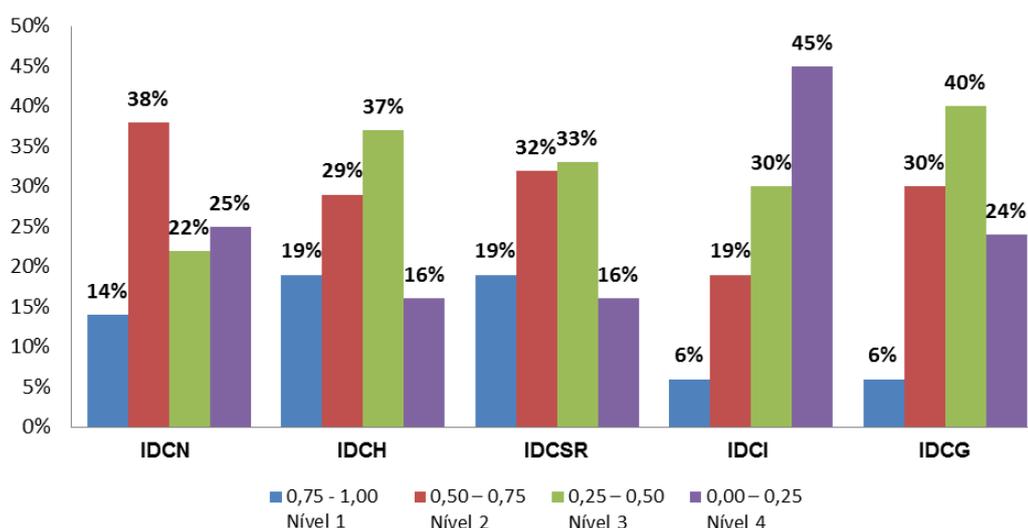
| Níveis       | Escala do Nível | ID          | Nº Empresas | %          |
|--------------|-----------------|-------------|-------------|------------|
| Nível 1      | Alta            | 0,75 - 1,00 | 4           | 6,3        |
| Nível 2      | Moderada Alta   | 0,50 - 0,75 | 19          | 30,2       |
| Nível 3      | Moderada Baixa  | 0,25 - 0,50 | 25          | 39,7       |
| Nível 4      | Baixa           | 0,00 - 0,25 | 15          | 23,8       |
| <b>Total</b> | -               | -           | <b>63</b>   | <b>100</b> |

Com base na Tabela 28, observa-se que no nível 1 apenas quatro empresas alcançaram o nível de aderência alta, sendo o maior ID 0,79 compreendendo as empresas EDP Energias Brasil S.A (Utilidade Pública) e Natura S.A (Consumo não Cíclico), e o segundo maior ID 0,76 composto pelas empresas Embraer S.A e Fleury S.A. Nota-se que nenhuma empresa atingiu o índice máximo (1,00). O nível mais baixo agregou 23,8% das empresas, e destaca-se que o índice mínimo do nível 4 foi de 0,06 compreendendo as empresas BR Malls ( Financeiros e Outros) e Cyrela Commercial S.A (ver Apêndice G).

A maioria das empresas estão entre os níveis 2 e 3, na quais se concentram 69,9% das empresas dessa amostra com a aderência moderada baixa e moderada alta aos indicadores-chave de capitais, então pode se perceber um resultado dividido com tendência para baixo. Presume-se que esse resultado foi proveniente dos baixos índices de divulgação. Na Tabela 28 o IDCG máximo de 0,64 abaixo do nível 1 (0,75 - 1,00) e próximo do Nível 3 (0,25- 0,50).

No Gráfico 2, é possível observar os níveis de aderência por capital não financeiro, como também o desempenho da participação dos índices por nível. Observa-se que os Níveis 3 e 4 (moderado baixo e baixo) concentram uma boa parte dos índices, impactando no desempenho do nível 1, que conseguiu reunir somente quatro empresa(4).

Gráfico 2 – Níveis de Aderência Geral



### 4.3 Análise de conteúdo

#### 4.3.1 Características e Classificações dos Indicadores

No geral, percebe-se que os relatórios que contêm informações não financeiras divulgados entre as empresas pesquisadas, são apresentados em modelos diferenciados no que se refere à formatação, formato, padronização, leiaute e design.

Por serem diversificados os relatórios, encontrou-se dificuldade tanto na coleta de dados como na identificação dos indicadores propostos no *checklist*. França (2012, p. 241) diz que essas diferenças podem acontecer “[...] em função das diversas leis, princípios, normas e ferramentas que já foram criadas [...]”. Também foi observado que alguns indicadores eram

apresentados em partes distintas do relatório, esse fato era comum quando constavam os modelos GRI e balanço social no mesmo relatório. E ainda quando algumas informações eram relatadas comumente no perfil da empresa, na mensagem do presidente, na estratégia, e em outras partes voltadas à apresentação da organização.

Os indicadores-chave de desempenho já identificados foram analisados quanto à sua característica e classificação conforme predito na metodologia deste trabalho, e divididos em cinco tópicos: capital natural, humano, social e de relacionamento, intelectual e geral. Subdivididos em duas partes, na primeira parte, verificam-se as características que se desdobram em quatro quesitos: (I) Declarativa; (II) Quantitativa não monetária; (III) Quantitativa monetária e (IV) Quantitativa monetária e não financeira. Já na segunda parte foram analisadas as classificações que se desdobram em três aspectos: Neutra, Boa e Ruim.

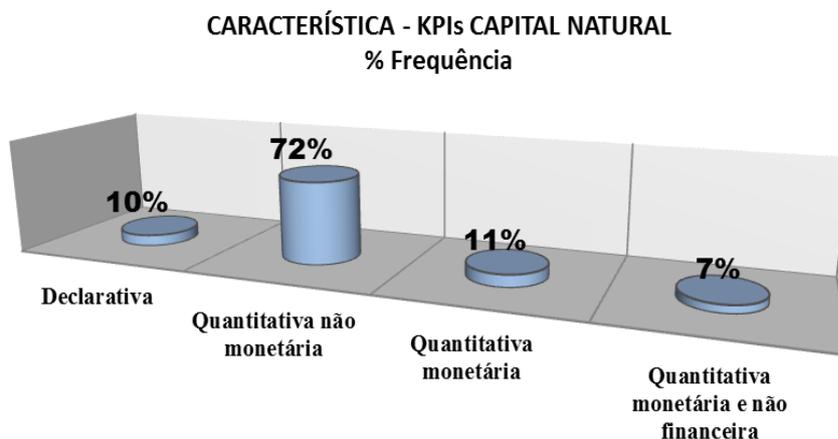
Nessa etapa também foram incluídos os trechos dos relatórios analisados, com a finalidade de exemplificar tanto as características como as classificações, contudo, para selecionar os trechos, utilizaram-se, como regra de decisão, os relatórios das empresas que obtiveram os maiores índices de aderência nesse capital. Todavia, se o indicador não foi divulgado pela empresa, ora, seleciona a empresa que apresenta o maior índice (ver APENDICES A ao G). Também se optou por citar no máximo três exemplos, para evitar excesso de informações similares.

#### **4.3.1.1 Capital Natural**

Na primeira parte foram analisados os indicadores-chave de capital natural com objetivo de identificar as características da informação. E verificou-se que a maioria dos indicadores apresentou a característica “quantitativa não monetária” (72%). As demais características obtiveram uma baixa frequência (Figura 4).

Ainda observando a Figura 4, o desempenho da característica “quantitativa não monetária”, com 72%, pode ser explicada pela definição da ecoeficiência, que tem como objetivo evidenciar o desenvolvimento de processos produtivos com a minimização do impacto ambiental negativo por meio da redução do uso de recursos materiais e energéticos, e pela minimização de geração de resíduos líquidos, sólidos e gasosos ao longo do ciclo de vida do produto (DIAS, 2014, p.41 grifo nosso).

Figura 4 – Frequências das características nos indicadores – Capital Natural



Porquanto, para apresentar evidências da utilização de recursos, precisa-se de unidades de medidas conforme exemplificados no Quadro 5:

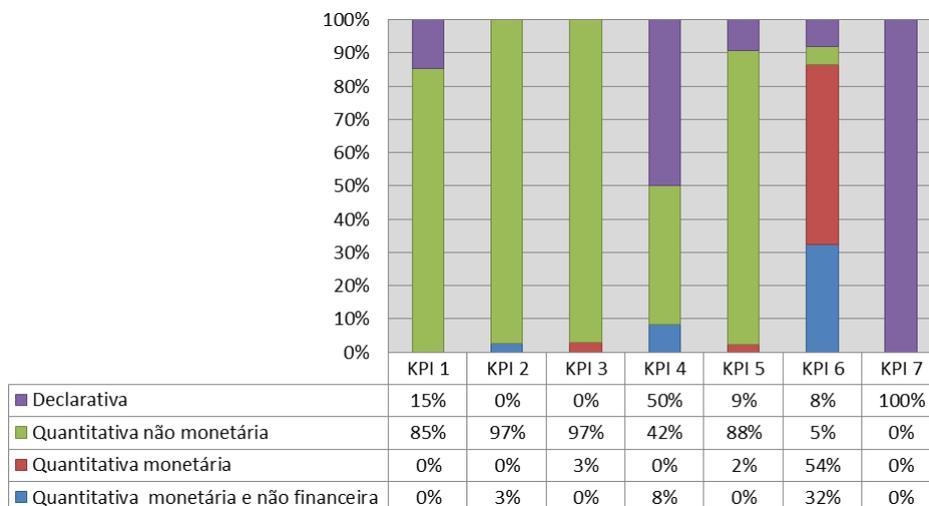
Quadro 11 – KPIs “quantitativa não monetária” - Capital Natural

| Indicador-chave                          | Empresa      | Exemplo  |
|--|--------------|--|
| Consumo de energia por Fonte de energia; | Natura S.A.  | Consumo de energia por unidade produzida (joules/10 <sup>12</sup> ).                               |
|  | Lojas Renner | Total de consumo de energia direta + indireta (GJ)   |
|  | BRF Foods    | Consumo de energia direta (GJ)  GRI EN3 <br>Consumo de energia indireta (GJ)1  GRI EN4             |
| Emissão de CO <sup>2</sup> ;             | Natura S.A.  | Emissões Relativas (Kg De Co2e/Kg de Produto Faturado)   |
|  | Lojas Renner | Total de emissões – escopo 1 e 2 (tCO2e)   |
|  | BRF Foods    | Emissões (toneladas de CO2 equivalentes)   |
| Quantidade de Resíduos e Reciclagem      | Natura S.A.  | Nosso índice de geração de resíduos subiu de 20,01 gramas por unidade produzida para 25,56 gramas. |
|  | Lojas Renner | Aproximadamente 800 toneladas de resíduos foram enviados para reciclagem.                          |
|  | BRF Foods    | A meta para 2013 é reduzir em 2% (em peso) o total dos resíduos gerados.  GRI EN22                 |

Fonte: Dados da Pesquisa.

Observa-se no Gráfico 3, que a característica “quantitativa não-monetária” obteve o maior desempenho nos indicadores KPI 1, KPI 2, KPI 3 e KPI 5.

Gráfico 3 – Características por Indicadores-chave de desempenho – Capital Natural



Legenda: KPI 1 (Emissão de CO<sup>2</sup>); KPI 5 (Resíduos reciclados); KPI 2 (Consumo de energia por Fonte de energia); KPI 6 (Investimentos em proteção ambiental); KPI 3 (Quantidade de resíduos); KPI 7 (Animais adquiridos para testes); KPI 4 (Acidentes ambientais);

Já a característica “declarativa” alcançou o maior resultado no KPI 4 e KPI 7, pois verificou-se que as informações apresentadas nesses indicadores possuíam, em sua maioria, caráter informativo, como por exemplo:

Não registramos em 2012 nenhuma ocorrência de derramamento significativo de substâncias ou acidentes com produtos que tenham causado qualquer impacto ambiental. Definimos como derramamento significativo aqueles que exigem tratamento especializado das áreas afetadas (remoção de solo para tratamento, neutralizações e etc.). Em caso de ocorrência, temos estruturado o Plano de Atendimento Natura de Emergência para contenção e mitigação do impacto causado (NATURA, 2012, p. 129, grifo nosso).

A Duratex não teve nenhuma ocorrência significativa de derramamentos em nenhuma das suas divisões em 2012 (DURATEX, 2012, p. 61, grifo nosso).

O indicador KPI 6, por se tratar de investimento em proteção ambiental, obteve 54% na característica “quantitativa monetária”, esse resultado pode ser influenciado pela essência financeira do indicador, como também pelo provável desembolso monetário, como por exemplo:

Quadro 12 – Indicador de Capital Natural – KPI 6

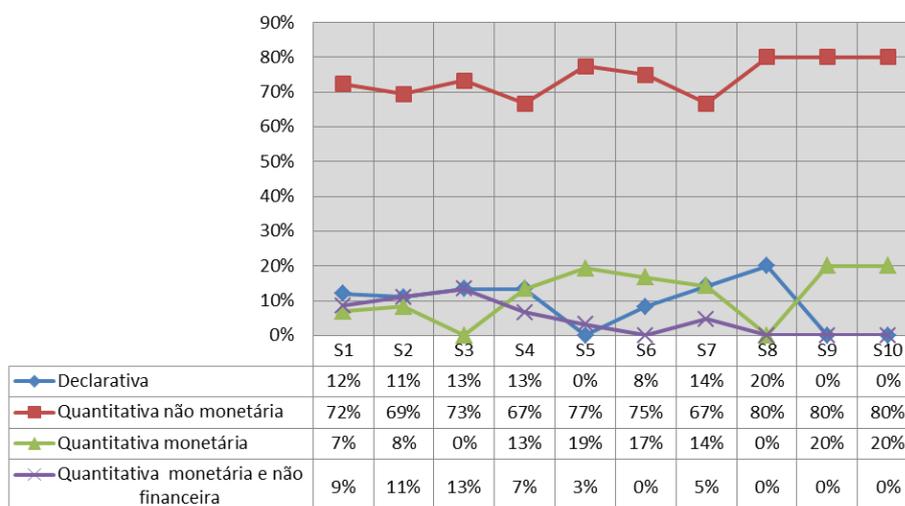
| <b>Principais investimentos em meio ambiente em 2012 (R\$)</b>  |            |
|---|------------|
| Disposição de resíduos  | 12.666.414 |
| Tratamento de emissões  | 1.354.164  |
| Prevenção   | 2.766.175  |
| Gestão ambiental  | 11.060.723 |
| Certificações ISO 14001   | 91.455     |
| Autuações*  | 41.480     |
| * Valor pago em virtude de assinatura de três Termos de Ajuste de Conduta: Fazenda Umuarama (Botucatu – SP), Fazenda Cambará (Itapetininga – SP) e Taquari (RS) |            |

Fonte: (DURATEX, 2012, p. 55)

Por fim, as características foram comparadas entre setores, para essa verificação, os setores foram ordenados em sequência de S1 a S10, que compreendem os setores por ordem decrescente de quantidade de empresas.

É possível observar a distribuição das características entre os setores, como também as diferenças de frequência entre elas, e nota-se que todos os setores obtiveram alta representatividade na característica “quantitativa não monetária” (Gráfico 4).

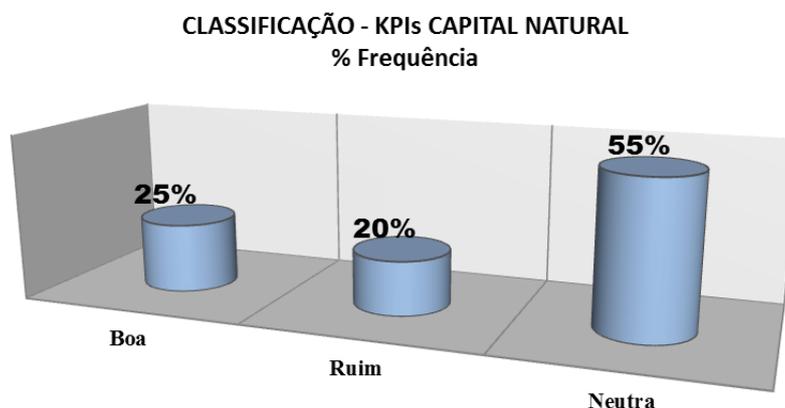
Gráfico 4 – Características dos indicadores por setores – Capital Natural



Legenda: S1-Consumo não Cíclico (15), S2- Construção e Transporte (11), S3-Consumo Cíclico (9), S4-Financeiro e Outros (8), S5-Utilidade Pública (7), S6-Bens Industriais (5), S7-Materiais Básicos (4), S8-Tecnologia da Informação (2), S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis e S10-Telecomunicações.

Na segunda parte, foram analisados os indicadores-chave de capital com objetivo de identificar as classificações da informação. E verificou-se que a maioria dos indicadores apresentou classificação “Neutra” (55%). As demais características obtiveram uma frequência em Boa (25%) e Ruim (20%) (Figura 5).

Figura 5 – Frequências das classificações nos indicadores – Capital Natural



As classificações dos indicadores foram identificadas a partir de parâmetros previamente estabelecidos (APENDICE A e B).

Quadro 13 – Indicadores-chave de desempenho – Capital Natural

| Sigla        | Indicador-chave                     | Boa         | Ruim    |
|--------------|-------------------------------------|-------------|---------|
| <b>KPI 1</b> | Emissão de CO <sup>2</sup>          | Diminui     | Aumento |
| <b>KPI 2</b> | Consumo de energia por Fonte de     | Diminui     | Aumento |
| <b>KPI 3</b> | Quantidade de resíduos              | Diminui     | Aumento |
| <b>KPI 4</b> | Acidentes ambientais                | Não Tem     | Tem     |
| <b>KPI 5</b> | Resíduos reciclados                 | Aumento     | Diminui |
| <b>KPI 6</b> | Investimentos em proteção ambiental | Aumento     | Diminui |
| <b>KPI 7</b> | Animais adquiridos para testes      | Não Realiza | Realiza |

No Gráfico 5, são demonstrados como os indicadores foram classificados.

Gráfico 5 – Classificações por Indicadores-chave de desempenho – Capital Natural



Legenda: KPI 1 (Emissão de CO<sup>2</sup>); KPI 5 (Resíduos reciclados); KPI 2 (Consumo de energia por Fonte de energia); KPI 6 (Investimentos em proteção ambiental); KPI 3 (Quantidade de resíduos); KPI 7 (Animais adquiridos para testes); KPI 4 (Acidentes ambientais);

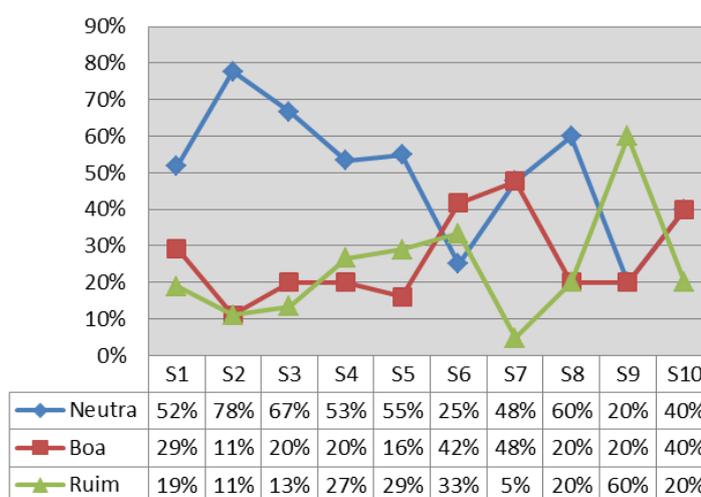
- KPI 1 - *Emissão de CO<sup>2</sup>*: os indicadores foram predominantemente classificados como “Neutro” (97%), e apenas 3% pôde ser classificado como “Bom”.
- KPI 2 - *Consumo de energia por Fonte de energia*: 49% das empresas não informaram sobre aumento e redução do consumo de energia por Fonte. Já 31% relataram o aumento no consumo, e 21% apresentaram resultados de redução.
- KPI 3 - *Quantidade de resíduos*: Acerca do princípio da comparabilidade, foi possível observar que 58% dos indicadores foram classificados como “Neutra”, 22% das empresas aumentaram a produção de resíduos, e 19% conseguiram diminuir.
- KPI 4 - *Acidentes ambientais*: presume-se que qualquer acidente ambiental traz aspectos negativos das empresas que reportaram sobre este indicador. 50% informaram que não houve acidentes ambientais, enquanto que 42% relataram a existência de algum acidente no período de 2012, e 8% somente mencionarem sobre o assunto.
- KPI 5 - *Resíduos reciclados*: 61% do total de empresas divulgadoras não utilizaram informações comparativas ou acréscimo de volume reciclado, porém 30%

compararam ou informaram o aumento de reciclagem dos resíduos produzidos. E somente 9% apresentaram uma queda de 2011 para 2012 dos volumes reciclados.

- **KPI 6 - Investimento em proteção ambiental:** os resultados identificados foram quase homogêneos entre si, mas houve positividade no aumento de investimento em proteção ambiental comparados com os investimentos de 2011. Entretanto, 30% demonstraram uma queda nos investimentos, e 32% não foi possível classificar essa variação (Neutra).
- **KPI 7 - Animais adquiridos para teste:** 100% dos indicadores divulgados foram classificados como “Boa”, isso por ter sido divulgado somente por duas empresas, e cada qual informou no relatório que não utilizavam o método de teste em animais com seus produtos. Exemplo: “Os produtos não são testados em animais” (RENNER, p. 23), ou “Não realizamos testes em animais [...]” (NATURA, p. 86).

Por fim, as classificações por setor foram apresentadas no Gráfico 6, no qual é possível ver a distribuição entre setores e a diferenças entre elas. Observa-se que a classificação “Neutra” obteve participação elevada nos primeiros cinco setores, enquanto que os resultados dos aspectos positivos e negativos estavam bem próximos. Destaca-se também que, apesar de baixa frequência, todos os setores apresentaram a classificação “Ruim”.

Gráfico 6 – Classificações dos indicadores por setores - Capital Natural

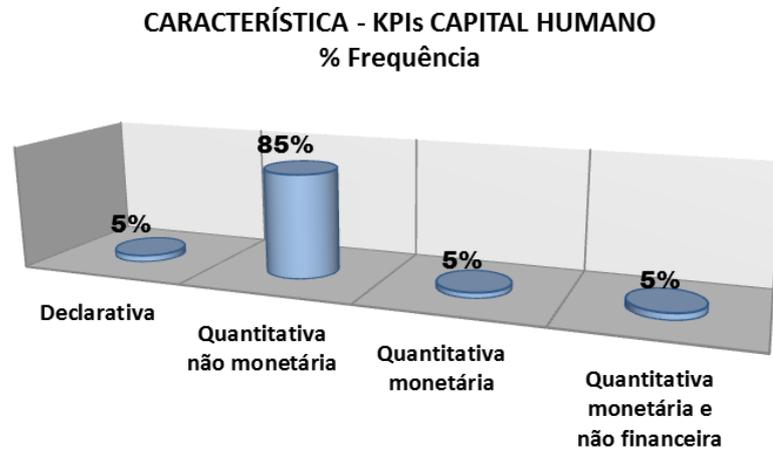


Legenda: S1-Consumo não Cíclico (15), S2- Construção e Transporte (11), S3-Consumo Cíclico (9), S4-Financeiro e Outros (8), S5-Utilidade Pública (7), S6-Bens Industriais (5), S7-Materiais Básicos (4), S8-Tecnologia da Informação (2), S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis e S10-Telecomunicações.

### 4.3.1.2 Capital Humano

Na primeira parte, foram analisados os indicadores-chave de capital humano com objetivo de identificar as características da informação. Verificou-se que a maioria dos indicadores apresentou a característica “quantitativa não monetária” (85%). Enquanto que as demais características obtiveram uma baixa frequência (Figura 6). Os resultados foram semelhantes ao do Capital Natural.

Figura 6 – Frequência das características nos indicadores – Capital Humano



O desempenho da característica “quantitativa não monetária”, com 85%, se explica, pois a maioria dos indicadores tem aspectos quantitativos de quantidade, taxa e índice, todos exemplificados no Quadro 13. Utilizou-se das mesmas empresas do Capital Natural, exceto BRF Foods S.A, para obter um índice moderado alto, que foi substituída pela empresa Tractebel Energia S.A (0,91).

Quadro 14 – KPIs “quantitativa não monetária” - Capital Humano

| Indicador-chave                        | Empresa                            | Exemplo   |                                |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
|--|------------------------------------|---|--------------------------------|------------|------|------------|--------------------------------------|--------------------------------------|-------|-------|--|-----|-----|-----------------|------------------------------|-------|-----------------|------|------|-----------------|-----|-----|------------------|----|----|
| Número de funcionários                 | Natura S.A.                        | Como apoio a essa rede de relações, contamos com 6,7 mil colaboradores atuantes em todas as nossas operações.   |                                |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
|  | Lojas Renner                       | Com 232 lojas e mais de 14 mil colaboradores, a Companhia é a segunda maior varejista de moda no país   |                                |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
|  | Tractebel Energia S.A              | <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Indicadores do Corpo Funcional</th> <th>2012</th> <th>2011</th> </tr> <tr> <th>Quantidade</th> <th>Quantidade</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nº de empregados ao final do período</td> <td>1.082</td> <td>1.084</td> </tr> </tbody> </table>  | Indicadores do Corpo Funcional | 2012       | 2011 | Quantidade | Quantidade                           | Nº de empregados ao final do período | 1.082 | 1.084 |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
| Indicadores do Corpo Funcional         | 2012                               | 2011  |                                |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
|  | Quantidade                         | Quantidade  |                                |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
| Nº de empregados ao final do período   | 1.082                              | 1.084   |                                |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
| Média de Idade                         | Natura S.A.                        | <table border="1"> <thead> <tr> <th>Acima de 45 anos (%)</th> <th>2010</th> <th>2011</th> <th>2012</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Em relação ao total de colaboradores</td> <td>11</td> <td>12</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>Em cargos gerenciais em relação ao total [...]</td> <td>9</td> <td>11</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td>Em cargos de Diretoria [...]</td> <td>22</td> <td>22</td> <td>35</td> </tr> </tbody> </table>  | Acima de 45 anos (%)           | 2010       | 2011 | 2012       | Em relação ao total de colaboradores | 11                                   | 12    | 13    | Em cargos gerenciais em relação ao total [...] | 9   | 11  | 11              | Em cargos de Diretoria [...] | 22    | 22              | 35   |      |                 |     |     |                  |    |    |
|  |                                    | Acima de 45 anos (%)  | 2010                           | 2011       | 2012 |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
|  |                                    | Em relação ao total de colaboradores  | 11                             | 12         | 13   |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
|  |                                    | Em cargos gerenciais em relação ao total [...]  | 9                              | 11         | 11   |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
|  | Em cargos de Diretoria [...]       | 22  | 22                             | 35         |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
|  | Lojas Renner                       | <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Indicadores do Corpo Funcional</th> <th>2012</th> <th>2011</th> </tr> <tr> <th>Quantidade</th> <th>Quantidade</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nº de empregados por faixa etária</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Menores de 18 anos</td> <td>322</td> <td>119</td> </tr> <tr> <td>De 18 a 35 anos</td> <td>11956</td> <td>11423</td> </tr> <tr> <td>De 36 a 45 anos</td> <td>1864</td> <td>1783</td> </tr> <tr> <td>De 46 a 60 anos</td> <td>735</td> <td>666</td> </tr> <tr> <td>Acima de 60 anos</td> <td>38</td> <td>44</td> </tr> </tbody> </table> | Indicadores do Corpo Funcional | 2012       | 2011 | Quantidade | Quantidade                           | Nº de empregados por faixa etária    |       |       | Menores de 18 anos                             | 322 | 119 | De 18 a 35 anos | 11956                        | 11423 | De 36 a 45 anos | 1864 | 1783 | De 46 a 60 anos | 735 | 666 | Acima de 60 anos | 38 | 44 |
|  |                                    | Indicadores do Corpo Funcional  |                                | 2012       | 2011 |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
|  |                                    |   | Quantidade                     | Quantidade |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
|  |                                    | Nº de empregados por faixa etária   |                                |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
|  |                                    | Menores de 18 anos  | 322                            | 119        |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
| De 18 a 35 anos                        |                                    | 11956   | 11423                          |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
| De 36 a 45 anos                        |                                    | 1864  | 1783                           |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
| De 46 a 60 anos                        | 735                                | 666   |                                |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
| Acima de 60 anos                       | 38                                 | 44  |                                |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
| Tractebel Energia S.A                  | <p><u>Empregados por Idade</u></p> |   |                                |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
| Resultado da pesquisa com funcionários | Natura S.A.                        | A pesquisa de clima organizacional avançou dois pontos percentuais após dois anos consecutivos de queda, alcançando 72% de favorabilidade.  |                                |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
|  | Lojas Renner                       | O resultado da pesquisa, em 2012, foi de 76% de engajamento, um aumento de 4 pontos percentuais em relação ao ano anterior.   |                                |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |
|  | Tractebel Energia S.A              | Em pesquisa de clima organizacional realizada por meio de consulta aos empregados, dentre os que responderam a pesquisa, foi obtido um índice geral de favorabilidade à Companhia de 74%.   |                                |            |      |            |                                      |                                      |       |       |  |     |     |                 |                              |       |                 |      |      |                 |     |     |                  |    |    |

Fonte: Dados da Pesquisa<sup>7</sup>

Para apresentar o resultado da característica por indicador, esses foram classificados com a sigla “KPI”, com a sua respectiva numeração quanto ao indicador analisado (Quadro 14):

Quadro 15 – Indicadores-chave de desempenho- Capital Humano

| <b>Sigla</b> | <b>Indicador-chave</b>                              | <b>Sigla</b>  | <b>Indicador-chave</b>                               |
|--------------|---|---------------|--|
| <b>KPI 1</b> | Número de funcionários                              | <b>KPI 7</b>  | Resultado da pesquisa com funcionários               |
| <b>KPI 2</b> | Diversidade   | <b>KPI 8</b>  | Acidentes com lesão por milhões de horas trabalhadas |
| <b>KPI 3</b> | Total investido em treinamento                      | <b>KPI 9</b>  | Taxa de absenteísmo                                  |
| <b>KPI 4</b> | Funcionários em aprendizagem eletrônica corporativa | <b>KPI 10</b> | Taxa de demissão                                     |
| <b>KPI 5</b> | Média de idade                                      | <b>KPI 11</b> | Relação de salário mínimo                            |
| <b>KPI 6</b> | Média de dias de treinamento por funcionário        |               |  |

Observa-se no Gráfico 7, que a característica “quantitativa não-monetária” obteve o maior desempenho em todos indicadores, exceto no KPI 3 (7%).

---

<sup>7</sup> A Natura S.A somente divulga a média de idade relacionada à diversidade dos colaboradores acima de 45 anos.

Gráfico 7 – Características por Indicadores-chave de desempenho - Capital Humano



O KPI 3, “Total investido em treinamento”, foi dividido quase igualmente pelas características: “quantitativa monetária e não financeira” (48%) e “quantitativa monetária” (41%). Ambas possuem similaridade no que se refere o termo “monetário”, para exemplo utilizou-se somente os trechos que fazem menção da primeira característica:

Em 2012, foram investidos R\$ 4 milhões, em um total de 78.916 horas [...] (TRACTEBEL, 2012, p. 94).

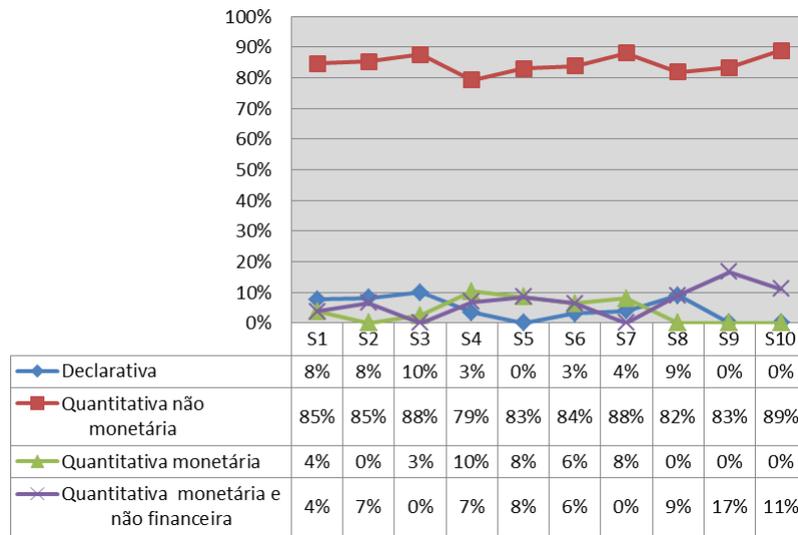
Prova de que os investimentos em educação corporativa mantiveram o mesmo vigor histórico, em 2012, (“sic”) foram aportados R\$ 4,4 milhões em capacitação, o que significa 13,64% mais do que os R\$ 3,8 milhões reportados em 2011. Isso significa um investimento direto em educação de R\$ 859,00 por colaborador, sendo que em 2011 foram investidos R\$ 1.130,00 por colaborador (FLEURY, 2012, p. 87).

O indicador das empresas Tractebel S.A e Fleury S.A aparece em outras partes do relatório somente como informação monetária.

As características foram comparadas entre setores. Para essa verificação, os setores foram ordenados em sequência de S1 a S10, que compreendem os setores por ordem decrescente de quantidade de empresas.

É possível observar a distribuição das características entre os setores, como também as diferenças de frequência entre elas, e nota-se que todos os setores obtiveram alta representatividade na característica “quantitativa não monetária”, semelhante ao Capital Natural (Gráfico 8).

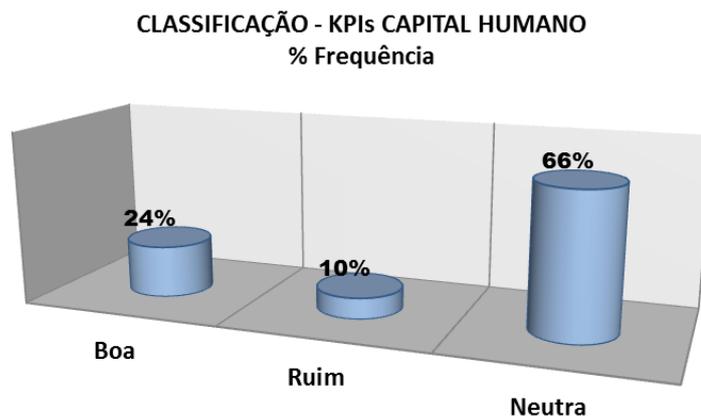
Gráfico 8 – Características dos indicadores por setores- Capital Humano



Legenda: S1-Consumo não Cíclico (15), S2- Construção e Transporte (11), S3-Consumo Cíclico (9), S4-Financeiro e Outros (8), S5-Utilidade Pública (7), S6-Bens Industriais (5), S7-Materiais Básicos (4), S8-Tecnologia da Informação (2), S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis e S10-Telecomunicações.

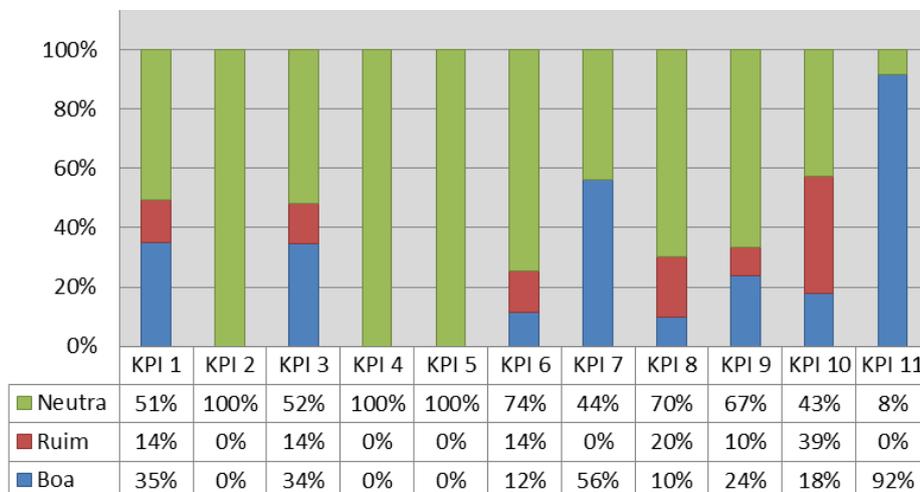
Já na segunda parte foram analisados os indicadores-chave de capital humano com objetivo de identificar as classificações da informação. Verificou-se que a maioria dos indicadores apresentou classificação “Neutra” (66%). As demais características obtiveram uma moderada e baixa frequência em “Boa” (24%) e “Ruim” (10%) (Figura 7).

Figura 7– Frequências das classificações nos indicadores- Capital Humano



As classificações dos indicadores foram identificadas a partir de parâmetros previamente estabelecidos (APENDICE A e B). O Gráfico 9 demonstra como os indicadores foram classificados.

Gráfico 9 – Classificações por Indicadores-chave de desempenho – Capital Humano



- **KPI 1 - *Números de Funcionários*** : foi classificado a partir do aumento (boa) ou diminuição (ruim) na quantidade de funcionários, e verificou-se que a metade das empresas (51%) não divulgaram o aumento ou diminuição nos números de colaboradores, contudo (35%) dessa informação foi classificada como “Boa”, mas nove empresas (14%) informaram que diminuiriam o número de trabalhadores em 2012.
- **KPI 2 - *Diversidade, Média de idade e Funcionários em aprendizagem eletrônica corporativa*** : não houve classificação como “Boa” ou “Ruim”, pois a complexidade da temática e a ausência de conhecimentos técnicos impossibilitaram quaisquer julgamentos. Então todos os indicadores foram classificados como “Neutra” (100%).
- **KPI 3 - *Total investido em treinamento*** : foi utilizada a comparabilidade do aumento de um ano para outro ou a declaração que o valor investido em treinamento aumentou em 2012. Verificou-se que das 29 empresas divulgadoras, 15 empresas não informaram sobre o aumento ou a diminuição (52%), porém 34% aumentaram seus investimentos em treinamento, e somente quatro empresas relataram que houve um decréscimo nos investimentos para

treinamento de pessoal (Quadro 15). Foi selecionada a empresa que obteve um índice de divulgação elevado com objetivo de exemplificar um indicador com classificação “Ruim” (14%). Nesse caso, a Natura S.A apresentou uma variação negativa de -24,62% em comparação a 2011.

Quadro 16 – Indicador de Capital Humano – KPI 3

| <b>Investimento em educação e treinamento de colaboradores</b> |             |             |             |
|--|-------------|-------------|-------------|
| <b>Ano</b>   | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> |
| <b>Total (R\$ mil)</b>   | 26.915      | 27.869      | 21.008      |

Fonte: relatório Natura (2012)

- KPI 6 - Média de dias de treinamento por funcionário (KPI 6): esse indicador considerou a média de horas em treinamento, como também se utilizou do critério de comparabilidade para análise da classificação. Foi identificado que a maioria das empresas (74%) informa somente sobre a capacitação dos funcionários em média de horas. 12% das empresas apresentam um aumento em 2012, contudo 14% divulgaram a redução das horas de treinamento. Para exemplificar a classificação “Ruim”, foi selecionada a Lojas Renner S.A com ID – 0,91, que divulgou uma Tabela comparativa (Quadro 16) apresentando uma variação de -3,50% em 2012.

Quadro 17 – Indicador de Capital Humano – KPI 6

| <b>Horas de Treinamento</b> | <b>2012</b> | <b>2011</b> | <b>2010</b> |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>Total</b>                | 1.813.865   | 1.879.669   | 1.696.044   |

Fonte: (RENNER, 2012, p. ?)

- KPI 7 - *Resultado da pesquisa de funcionários*: para esse indicador, considerou-se o parâmetro de aumento no grau de satisfação. Foram constatadas somente duas classificações: “Boa” (56%) e “Neutra” (44%).
- KPI 8 - *Acidentes com lesão por milhões de horas trabalhadas* : obteve um resultado insatisfatório quando comparou as classificações “Boa” (10%) e “Ruim” (20%). Constatou-se que houve aumento nos acidentes com lesões no período de 2012. Entretanto, 70% das empresas não relataram informações

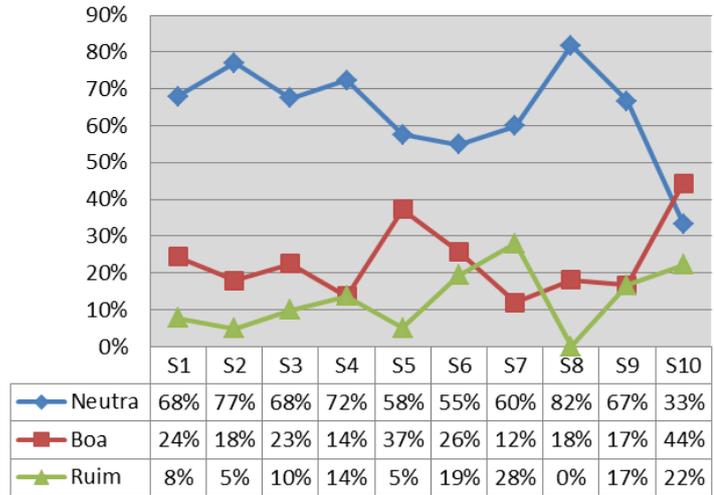
sobre aumento ou diminuição nos acidentes com lesões ocorridos no curso normal das operações.

- KPI 9 - *Taxa de Absenteísmo* : quanto menor melhor para empresa, pois esse indicador mede o grau de insatisfação do funcionário através das faltas e atrasos. A “Taxa de absenteísmo” foi divulgada somente por 33% das empresas dessa amostra, e 67% informaram a taxa, mas não demonstraram as variações positiva e negativa desse indicador. Contudo, 24% das empresas apresentaram uma melhora na taxa e 10% uma piora.
- KPI 10 - *Taxa de demissão* : apontou que 39% das empresas deixaram de ofertar vagas no mercado de trabalho em 2012. Enquanto que 43% não apresentou nenhuma variação em suas taxas. Mas, 18% das empresas estudadas aumentaram as ofertas de emprego em 2012.
- KPI 11 - *Relação de Salário Mínimo* : é uma informação que compara o salário mínimo da empresa com o salário mínimo nacional, e muitas empresas incrementam as informações com salário por gênero, idade, cargo e outros. Para classificar esse indicador, foi considerado se o salário era igual ou maior do que o salário mínimo nacional. Esse indicador apresentou que 92% dos salários das empresas estudadas são iguais ou maiores que o salário mínimo nacional vigente em 2012. Somente duas empresas (8%) relataram indicador classificado como “Neutra”. A Tim S.A fez uma justificativa:

De modo geral, em 2012, a maioria dos estados teve aumentos salariais. No Rio de Janeiro, Pernambuco, Alagoas, Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará e Piauí, o aumento salarial ocasionou redução na proporção *negativa entre o* salário mínimo local e o mínimo pago pela empresa”. E também a CCR S.A (2012, p.68) que somente informou que ‘para o salário base, não há diferenças preestabelecidas entre salários para homens e mulheres, independente do cargo.

Por fim, as classificações por setor foram apresentadas no Gráfico 10, no qual é possível ver a distribuição entre setores e a diferenças entre elas. Observou-se que a classificação “Neutra” obteve participação elevada na maioria dos setores, enquanto os resultados dos aspectos positivos e negativos estão bem próximos. Destacou-se também que, apesar de baixa frequência, os setores em sua maioria apresentaram a classificação “Ruim”, com exceção do setor “S8-Tecnologia da Informação” (Gráfico 10).

Gráfico 10 – Classificações dos indicadores por setores – Capital Humano

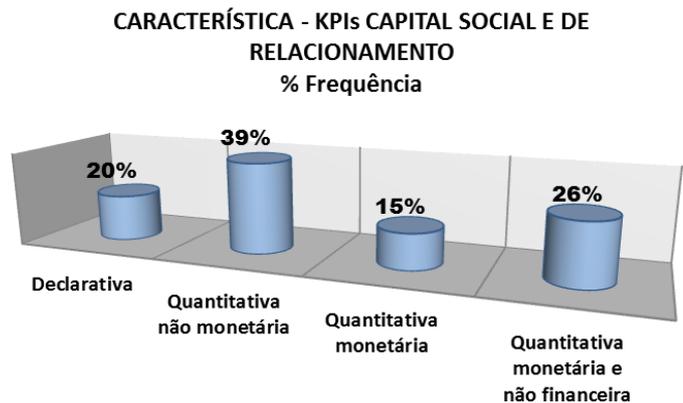


Legenda: S1-Consumo não Cíclico (15), S2- Construção e Transporte (11), S3-Consumo Cíclico (9), S4-Financeiro e Outros (8), S5-Utilidade Pública (7), S6-Bens Industriais (5), S7-Materiais Básicos (4), S8-Tecnologia da Informação (2), S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis e S10-Telecomunicações.

### 4.3.1.3 Capital Social e de Relacionamento

Na primeira parte, foram analisados os indicadores-chave de capital social e de relacionamento com objetivo de identificar as características da informação. Verificou-se que, diferente dos resultados de frequência nos capitais natural e humano, nesse capital houve uma participação mais homogênea entre as características, contudo a característica “quantitativa não monetária” (39%) ainda alcançou a maior frequência comparada aos outros capitais (Figura 8).

Figura 8 – Frequências das características nos indicadores – Capital Social e de Relacionamento



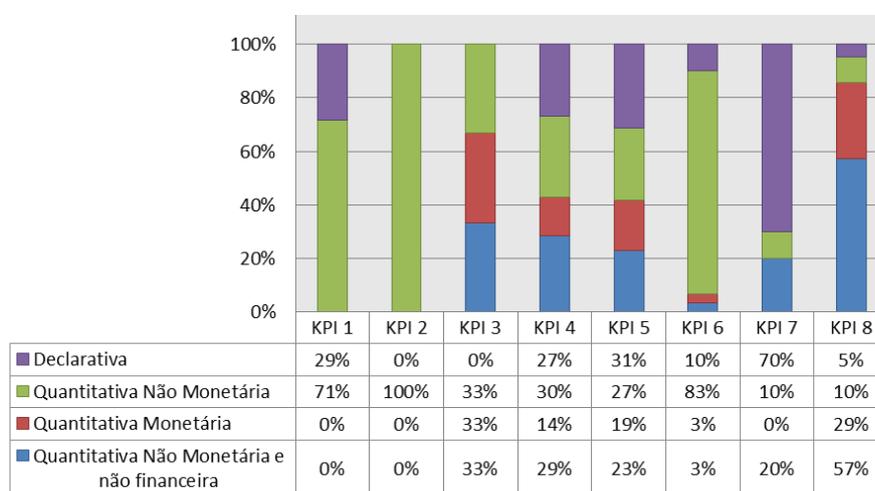
Para apresentar o resultado da característica por indicador, esses foram classificados com a sigla “KPI”, com a sua respectiva numeração no que se refere ao indicador analisado (Quadro 17):

Quadro 18 – Indicadores-chave de desempenho - Capital Social e de Relacionamento

| Sigla        | Indicador-chave                            | Sigla        | Indicador-chave                                     |
|--------------|--|--------------|---|
| <b>KPI 1</b> | Ranking de “Excelente lugar para trabalhar | <b>KPI 5</b> | Envolvimento em projetos culturais                  |
| <b>KPI 2</b> | Número de voluntários                      | <b>KPI 6</b> | Índice de satisfação do cliente                     |
| <b>KPI 3</b> | Reclamações/Processos trabalhistas         | <b>KPI 7</b> | Provisão para projetos sociais                      |
| <b>KPI 4</b> | Envolvimento em ações sociais              | <b>KPI 8</b> | Investimento social - dinheiro gasto em filantropia |

Os KPI 1, KPI 2 e KPI 6, por possuir aspectos quantitativos como quantidade, índice e posição, obtiveram o maior desempenho da característica “quantitativa não monetária” (Gráfico 11).

Gráfico 11 – Características por Indicadores-chave de desempenho - Capital Social e de Relacionamento



Já o KPI 7, “Provisão para projetos sociais”, apesar do aspecto monetário relacionado com o termo “provisão”, apresentou 70% de característica “declarativa”. Esse indicador

também se refere ao futuro não somente no desembolso de valores, mas sim na utilização do projeto pela sociedade. Os exemplos a seguir demonstram caráter informativo:

Em 2012, também iniciamos as obras do Ecoparque em Benevides (PA), um parque industrial que deve ser inaugurado no segundo semestre de 2013. Com uma área de 175 hectares, o projeto se inspirou nos conceitos de simbiose e ecologia industrial, que conecta empresas com necessidades complementares em uma mesma área, podendo gerar sinergia e maior eficiência (NATURA, 2012, p. 36).

O Instituto BRF lançou no fim de 2012 o Programa Inspira, com o objetivo de fortalecer o papel estratégico das organizações sociais na promoção do desenvolvimento local em municípios dos quais faz parte e municípios limítrofes. Cerca de 150 organizações sociais inscreveram-se no processo seletivo, que vai selecionar até 75 para serem capacitadas em 2013 (BRF FOODS, 2012, p. 64).

Os indicadores KPI 4, “Envolvimento em ações sociais”, e KPI 5, “Envolvimento em projetos culturais”, apresentaram todas as características. Esse fato é possível, pois, geralmente, esses envolvimento podem ser descritos, quantificados ou monetizados. Os exemplos apresentados contemplam todas as características:

Edital de apoio a projetos sociais, Programa Escola de Costura Renner, Rede Parceria Social, Programa Escola de Varejo, Projeto Pescar, Rede Bom Jesus, Programa Estilo Solidário, Rede Parceria Social, Funcriança, Fundo do Idoso, site Instituto Lojas Renner e redes sociais (RENNER, 2012, p. 9).

Em 2012, a Natura ampliou sua plataforma de editais, aumentando o valor investido em projetos e também a abrangência dos processos de seleção, totalizando cinco editais de patrocínio: dois nacionais por meio da Lei Rouanet e três regionais com o uso de leis estaduais de incentivo à cultura, em Minas Gerais, Bahia e Pará. Destinamos R\$ 3 milhões nos editais nacionais a 11 projeto (NATURA, 2012, p. 136).

O indicador KPI 8, “Investimento social - dinheiro gasto em filantropia”, tem aspecto financeiro, já que apresentou 57% de “Característica monetária e não financeira”, e 29% “quantitativa monetária”. Porém, ainda houve 5% de “Declarativa” e 10% de “Quantitativa não monetária”, conforme os exemplos a seguir:

Em 2012, foi criado o Instituto Positivo, que nasce com duas frentes de trabalho: promover iniciativas de sustentabilidade dentro da Organização e gerir o investimento social privado do Positivo, contribuindo para desenvolver as comunidades em que atuamos (POSITIVO, 2012, p. 9).

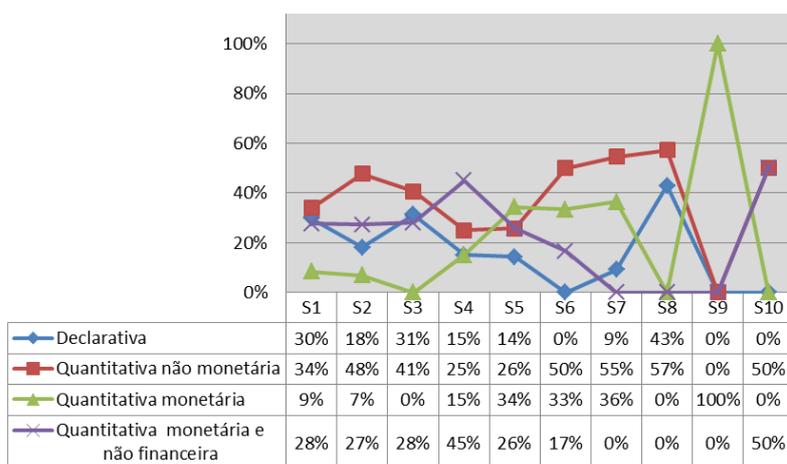
Cheque-mãe: benefício que valoriza a mulher e tenta equiparar as oportunidades entre os sexos, em uma sociedade historicamente injusta nas relações de trabalho. Estatisticamente, é a mãe que se responsabiliza pelos filhos, mesmo que o pai esteja

presente. Com o valor de R\$ 250 mensais, elas ficam mais tranquilas por terem condições de manter os filhos bem cuidados enquanto estão trabalhando. Em 2012, o programa atendeu 4.018 mães, representando um investimento de R\$10.793.969,47 (MAGAZINE LUIZA, 2012, p. 45).

As características foram comparadas entre setores. Para essa verificação os setores foram ordenados em sequência de S1 a S10, que compreendem os setores por ordem decrescente de quantidade de empresas.

É possível observar a distribuição das características entre os setores, como também as diferenças de frequência entre elas, e percebe-se que, ao contrário dos capitais natural e humano, os resultados entre as características são mais próximos, exceto no setor “S9- Petróleo, Gás e Biocombustíveis” (Gráfico 12).

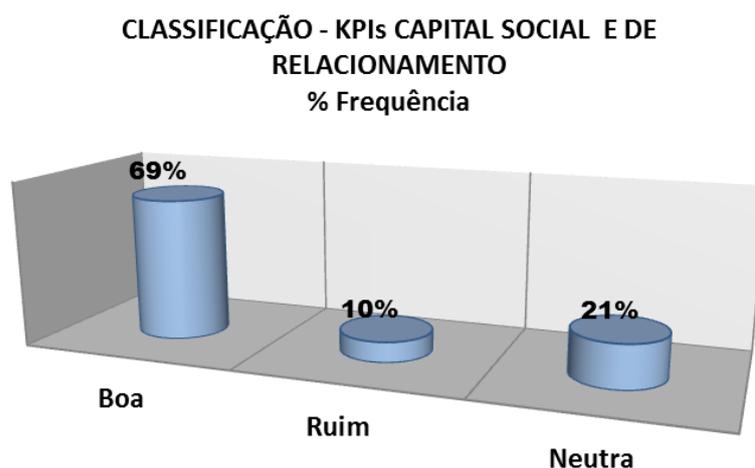
Gráfico 12 – Características dos indicadores por setores - Capital Social e de Relacionamento



**Legenda:** S1-Consumo não Cíclico (15), S2- Construção e Transporte (11), S3-Consumo Cíclico (9), S4-Financeiro e Outros (8), S5-Utilidade Pública (7), S6-Bens Industriais (5), S7-Materiais Básicos (4), S8-Tecnologia da Informação (2), S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis e S10-Telecomunicações.

Na segunda parte, foram analisados os indicadores-chave de capital social e de relacionamento com objetivo de identificar as classificações da informação. Verificou-se que os indicadores em sua maioria apresentaram classificação “Boa” (70%). Ao contrário do capital natural e humano que obtiveram a maior participação da classificação “Neutra”. As demais características obtiveram uma frequência baixa em Neutra (20%) e Ruim (10%) (Figura 9).

Figura 9 – Frequências das classificações nos indicadores - Capital Social e de Relacionamento



As classificações dos indicadores foram identificadas a partir de parâmetros previamente estabelecidos (APENDICE A e B). O Gráfico 13 demonstra como os indicadores foram classificados.

Gráfico 13 – Classificações por Indicadores-chave de desempenho - Capital Social e de Relacionamento



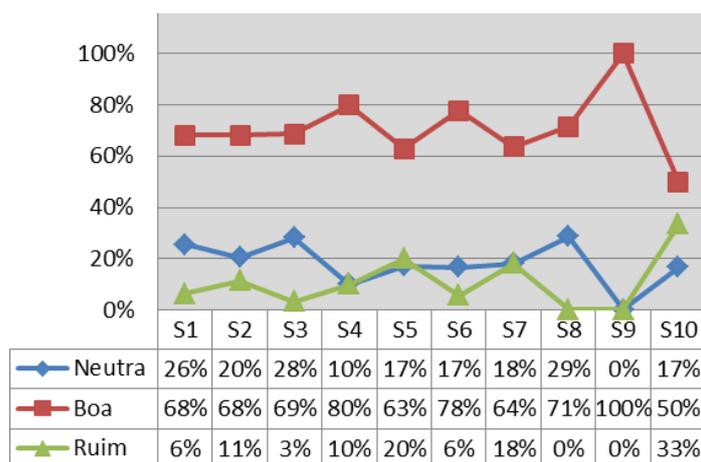
- KPI 1 - *Ranking de “Excelente lugar para trabalhar*: foi classificado somente pela classificação “Boa”, pois os indicadores seriam assim caracterizados, caso houvesse alguma menção no relatório que a empresa participa de alguma organização que avalia as melhores empresas para trabalhar.

- KPI 2 - *Números de voluntário*: foi classificado a partir do aumento (boa) ou diminuição (ruim) na quantidade de voluntários, e verificou-se que 15 empresas (88%) divulgaram o aumento no número de voluntários em 2012, e não houve informação sobre diminuição. Duas empresas (12%) não informaram nenhuma variação.
- KPI 3 - *Reclamações trabalhistas / Processos*: foi classificado a partir da citação do aumento (ruim) ou diminuição (boa) na quantidade de reclamações trabalhistas/processos. Verificou-se que todas as empresas, em 2012, apresentaram uma classificação “Ruim” (100%), pois se houvesse alguma reclamação/processo, isso traria ônus para organização, então se pressupõe que a existência desse indicador já se caracteriza “Ruim”.
- KPI 4 - *Envolvimento em ações sociais*: foi classificado a partir da citação que houve um envolvimento cultural da empresa com a comunidade. Verificou-se que a maioria das empresas (86%) divulgaram ações culturais com a comunidade. Já sete empresas (14%) não divulgaram em seus relatórios nenhum projeto ou ação cultural em 2012.
- KPI 5 - *Envolvimento em projetos culturais*: foi classificado a partir da citação que houve um envolvimento cultural da empresa com a comunidade, Verificou-se que a maioria das empresas (85%) divulgaram ações culturais com a comunidade. Sete empresas (15%) não divulgaram em seus relatórios nenhum projeto ou ação cultural em 2012.
- KPI 6 - *Índice de satisfação do cliente*: foi classificado “Boa”, se o índice atingir 50% ou mais, ou o aumento em 2012. Nesse caso, 23 empresas (77%) elevaram o índice de satisfação do cliente. Agora, quando for classificada “Ruim”, o índice precisa ser menor que 50%, ou diminuir de um ano para o outro. Três empresas (10%) tiveram a classificação “Ruim” dos seus indicadores.
- KPI 7 - *Provisão para projetos sociais*: foi classificado a partir do aumento (boa) ou diminuição (ruim) no valor da provisão. Verificou-se que oito empresas (80%) mencionaram uma provisão para projeto social no próximo ano (2013), e somente duas (20%) divulgaram que houve um aumento (boa) nessas provisões.

- KPI 8 - O indicador “Investimento social”, dinheiro gasto em filantropia, foi classificado a partir do aumento (boa) ou diminuição (ruim) no valor do investimento social. Foi verificado que menos da metade das empresas (45%) divulgaram o aumento no valor investido em filantropia. Agora, 17% divulgaram a diminuição nos valores do investimento quando comparado com o valor investido em 2011. Mas, 38% foram classificadas como “Neutra”, pois não relataram nem aumento e nem diminuição neste investimento.

Por fim, as classificações por setor foram apresentadas no Gráfico 14, no qual é possível ver a distribuição entre setores e a diferenças entre elas. Nota-se, ao contrário dos capitais natural e humano, que a classificação “Neutra” obteve participação baixa na maioria dos setores, enquanto que a classificação “Boa” alcançou melhores resultados em todos os setores. Porém, ainda houve presença de negativos na maioria dos setores que apresentaram a classificação “Ruim”, com exceção do setor “S8-Tecnologia da Informação” e “S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis”.

Gráfico 14 – Classificações dos indicadores por setores - Capital Social e de Relacionamento



Legenda: S1-Consumo não Cíclico (15), S2- Construção e Transporte (11), S3-Consumo Cíclico (9), S4-Financeiro e Outros (8), S5-Utilidade Pública (7), S6-Bens Industriais (5), S7-Materiais Básicos (4), S8-Tecnologia da Informação (2), S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis e S10-Telecomunicações

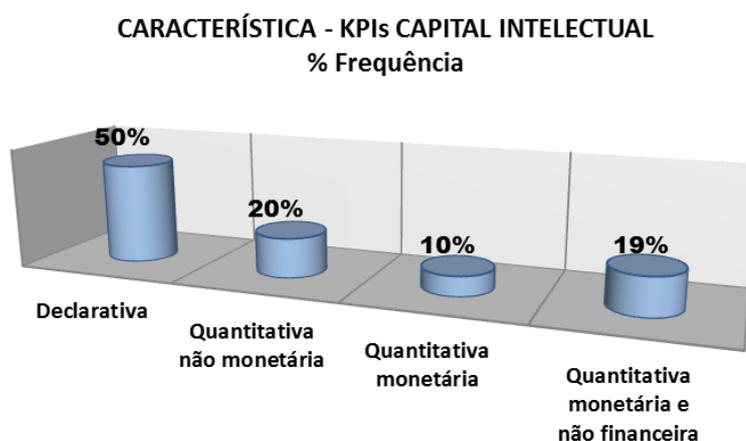
#### 4.3.1.4 Capital Intelectual

Na primeira parte, foram analisados os indicadores-chave de capital intelectual, com objetivo de identificar as características da informação.

Bardin (1977, p. 39) diz que uma das regras de investigação da análise de conteúdo deve ser “[...] adequada ou pertinente, isto é, adaptadas ao conteúdo e ao objetivo”. Considerando a complexidade dos indicadores propostos desse capital, optou por utilizar a referida regra de Bardin (1977, p. 39), então foram consideradas menções relacionadas aos indicadores propostos no *checklist*.

Verificou-se que a maioria dos indicadores apresentaram característica “declarativa” (51%), ao contrário dos capitais natural, humano, social e de relacionamento. Já as demais características obtiveram baixa frequência, entre elas destaca-se a característica “Quantitativa não monetária”, que nos outros capitais obteve participação moderada a alta, e nesse igualou-se com a “característica monetária e não financeira” (20%) (Figura 10).

Figura 10 – Características das informações nos indicadores – Capital Intelectual



Apesar dos indicadores apresentarem aspectos de quantidade e valor, exceto o indicador de “Reconhecimento de marca”, a característica com alta frequência foi a

“Declarativa”, que apresenta aspectos descritivos. Esse resultado pode ter sido influenciado por ter considerado menções relacionadas aos indicadores.

Para apresentar o resultado da característica por indicador, estes foram classificados com a sigla “KPI”, com a sua respectiva numeração no que se refere ao indicador analisado (Quadro 18) :

Quadro 19 – Indicadores-chave de desempenho – Capital Intelectual

| <b>Sigla</b> | <b>Indicador-chave</b>               | <b>Sigla</b> | <b>Indicador-chave</b>  |
|--------------|--------------------------------------|--------------|---|
| <b>KPI 1</b> | Número de patentes requeridas        | <b>KPI 5</b> | número de novos produtos desenvolvidos                              |
| <b>KPI 2</b> | Dinheiro gasto em P&D                | <b>KPI 6</b> | despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização |
| <b>KPI 3</b> | Número de testes com nova tecnologia | <b>KPI 7</b> | despesas com o desenvolvimento de softwares para sistemas internos  |
| <b>KPI 4</b> | Reconhecimento da marca              | <b>KPI 8</b> | vendas geradas por produtos originados de P&D                       |

O Quadro 19 demonstra que, de forma geral, a maioria dos KPIs nesse capital possuem a característica “declarativa”, e os maiores desempenhos foram nos KPI 4 (83%) e KPI 3 (67%), com a finalidade de exemplificar, são apresentados dois trechos descritivos relacionados aos indicadores 4 e 3:

Quadro 20 – Indicador Capital Intelectual – KPI 4

| <b>Ativos intangíveis</b> | <b>Ativos Componentes</b>  | <b>Forma de avaliação</b>   |
|---------------------------|--|---|
| Marca<br>Embraer          | Terceira maior fabricante de jatos comerciais no mundo<br>• Quinto maior fabricante de jatos executivos no mundo<br>• Maior empresa brasileira de defesa e segurança<br>• Quarto maior exportador brasileiro<br>• 43 anos de operações | • Presença no Dow Jones Sustainability Index (DJSI)<br>• Presença no Índice de Sustentabilidade (ISE) da BM&FBovespa<br>• Acompanhamento de matérias positivas e negativas da marca Embraer<br>• Índice de favorabilidade de clima organizacional |

Fonte: Adaptado de EMBRAER, (2012, p. 73)

Em sua estratégia de desenvolver novas tecnologias de geração de energia elétrica predominantemente limpa e renovável, destaco a inauguração, em novembro de 2012, da Usina Tanquinho, em Campinas, a primeira planta de geração solar no estado de São Paulo e a maior do país, com capacidade instalada de 1 MWp (CPFL ENERGIA, 2012, p. 21, grifo nosso).

O KPI 8 obteve 100% de “Característica monetária e não financeira”, por se tratar de vendas geradas por produtos originados de P&D. Justifica a predominância da característica, como observa-se nos exemplos:

Em relação aos depósitos, a diversificação da base de captações do Banco com foco em novos produtos, notadamente Letra de Crédito do Agronegócio (LCA), que em 12 meses registrou incremento de 358,2% ou R\$ 26,6 bilhões [...] ( BCO BRASIL, 2012, p. 32, grifo nosso).

Nesse contexto, foram implantados 104 novos produtos e alterações de metodologia em serviços, que geraram uma receita bruta de R\$ 65.602.730,36 (FLEURY, 2012, p. 124, grifo nosso).

Figura 11– Indicador de Capital Intelectual – KPI 8



Fonte: Embraer (2012, p. 83)

O KPI 1 apresentou 88% de característica não monetária, por ser referir a número de patentes requeridas. O aspecto quantitativo sobressai, como demonstram os trechos:

Figura 12 –Indicador de Capital Intelectual – KPI 1

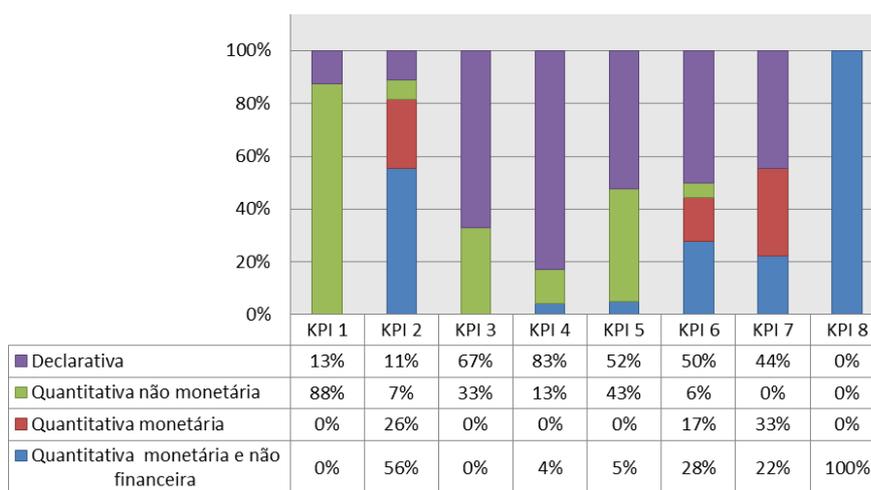


Fonte: Embraer (2012, p. 83)

Dentro do nosso escopo de atuação, também depositamos dois novos pedidos de patentes, sendo um deles na área de proteômica, nos Estados Unidos e no Brasil, e outro na área de biologia molecular, por intermédio de um escritório europeu credenciado para Patent Cooperation Treaty (PCT) (FLEURY, 2012, p. 124, grifo nosso).

Em 2012, a Universidade Positivo também registrou três pedidos de patentes. Dois projetos foram desenvolvidos no âmbito do programa de Mestrado Profissional em Biotecnologia: o desenvolvimento de um bioconservante para uso na indústria de alimentos (POSITIVO, 2012, p. 99, grifo nosso).

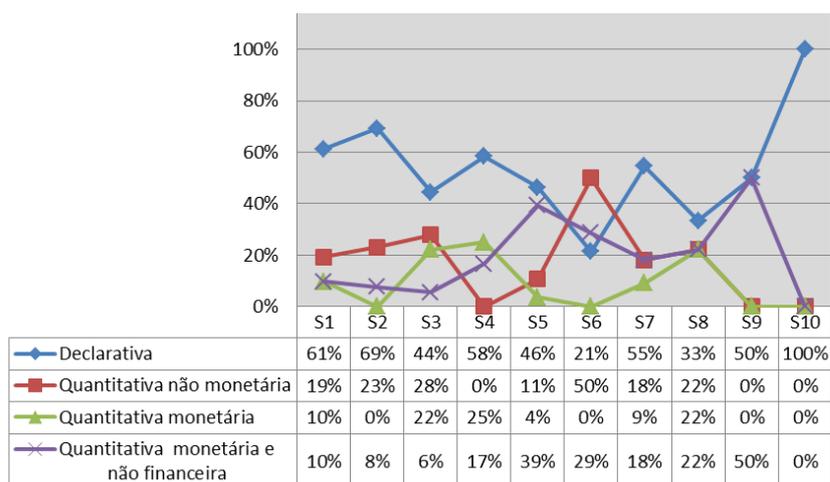
Gráfico 15 – Classificações por Indicadores-chave de desempenho – Capital Intelectual



As características foram comparadas entre setores. Para essa verificação, os setores foram ordenados em sequência de S1 a S10, que compreendem os setores por ordem decrescente de quantidade de empresas (Gráfico 15).

É possível observar a distribuição das características entre os setores, como também as diferenças de frequência entre elas. Percebe-se que, ao contrário dos capitais natural e humano, e semelhante ao capital social e de relacionamento, os resultados entre as características são próximos, exceto no setor “S10-Telecomunicações” (Gráfico 16).

Gráfico 16 – Características dos indicadores por setores – Capital Intelectual



**Legenda:** S1-Consumo não Cíclico (15), S2- Construção e Transporte (11), S3-Consumo Cíclico (9), S4-Financeiro e Outros (8), S5-Utilidade Pública (7), S6-Bens Industriais (5), S7-Materiais Básicos (4), S8-Tecnologia da Informação (2), S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis e S10-Telecomunicações.

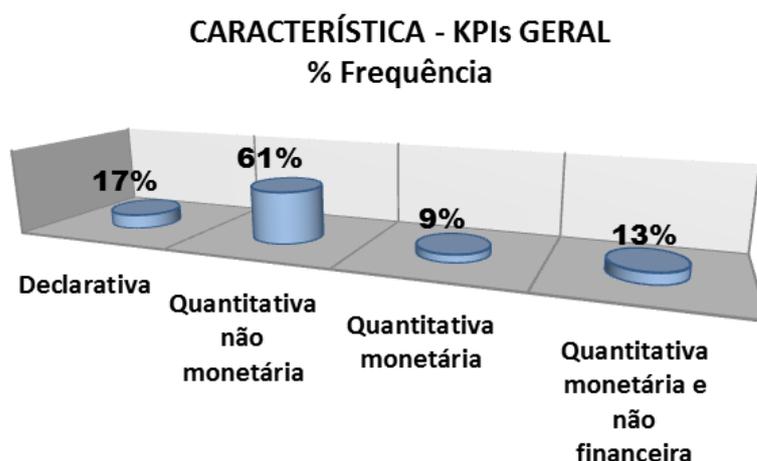
Já na segunda parte, foram analisados os indicadores-chave de capital intelectual com objetivo de identificar as classificações da informação. Mas, devido à complexidade do tema, e ausência de embasamento teórico para avaliar se o indicador é bom para a empresa, ou se é ruim, optou-se por classificar todos os indicadores como “Neutra” (100%) nesse capital.

#### 4.3.1.5 Geral (Capital natural, humano, social e de relacionamento e intelectual)

Ao distinguir como as características e classificações dos indicadores-chave de desempenho não financeiros são apresentadas nos relatórios das empresas, foi possível averiguar o desempenho entre os capitais reportados nos relatórios no ano de 2012.

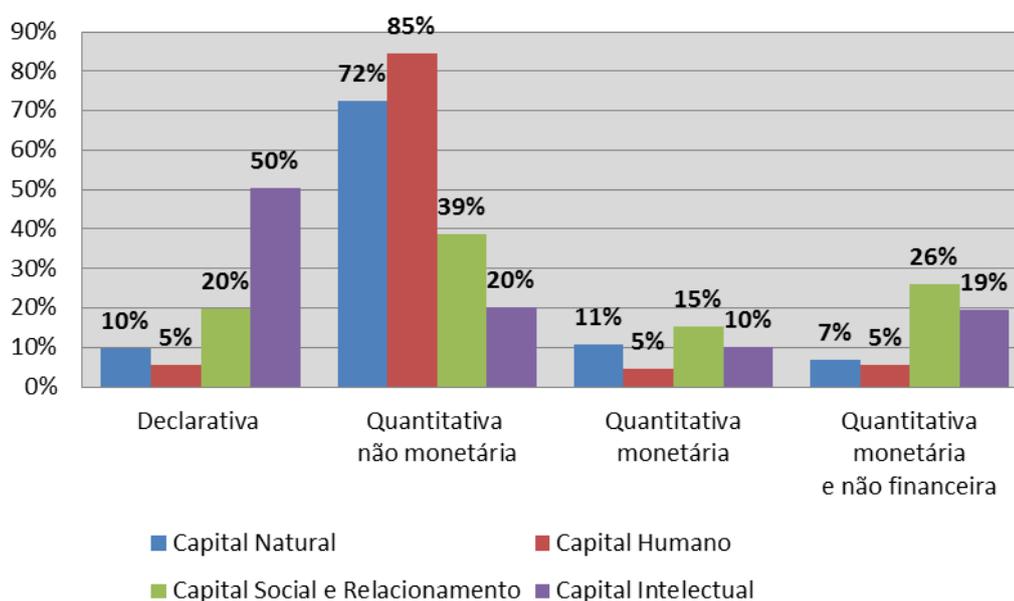
Verificou-se que a maior parte dos indicadores apresentaram a característica “quantitativa não monetária” (61%). E as demais obtiveram uma baixa frequência, com destaque da característica “quantitativa monetária” (9%) (Figura 13)

Figura 13 – Frequências das características nos indicadores totais – Capital Geral



A característica “quantitativa não monetária” foi a mais representativa entre as demais, destacando nesse grupo o capital humano (85%), seguido do capital natural, com 72%. Já a “Declarativa” obteve um desempenho maior no capital intelectual (50%), ao contrário dos outros capitais. Enquanto as outras características, “Quantitativa monetária” e “Quantitativa monetária e não financeira”, obtiveram participações medianas e baixas em todos os capitais (Gráfico 21).

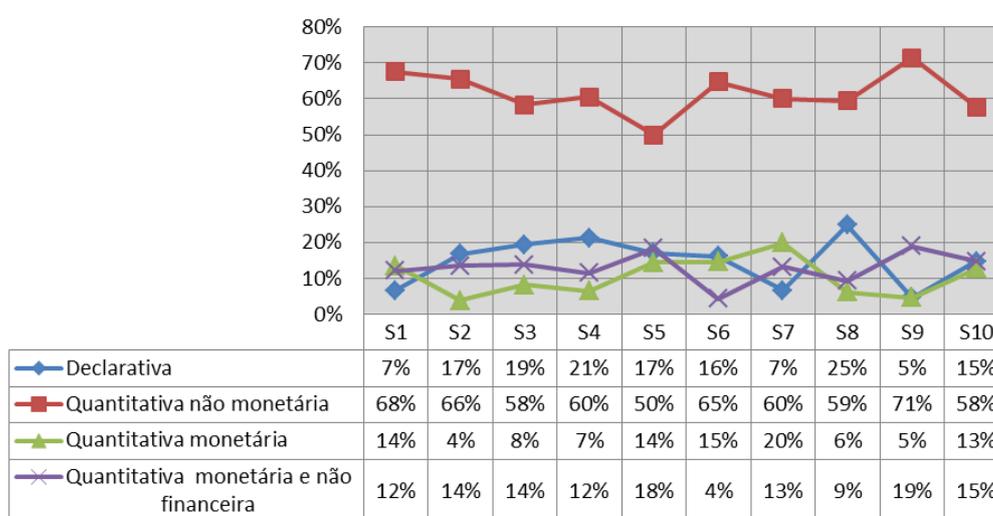
Gráfico 21 – Capitais não financeiros por características – Capital Geral



Por fim, as características foram comparadas entre setores. Para essa verificação, os setores foram ordenados em sequência de S1 a S10, que compreendem os setores por ordem decrescente de quantidade de empresas.

É possível observar a distribuição das características entre os setores, como também as diferenças de frequência entre elas. Observa-se, no resultado geral, que a característica quantitativa não monetária apresentou-se de forma expressiva a frente das demais. As características “Declarativa”, “Quantitativa monetária” e “Quantitativa monetária e não financeira” obtiveram participação abaixo de 30%.

Gráfico 17 – Características dos indicadores totais por setores – Capital Geral



Legenda: S1-Consumo não Cíclico (15), S2- Construção e Transporte (11), S3-Consumo Cíclico (9), S4-Financeiro e Outros (8), S5-Utilidade Pública (7), S6-Bens Industriais (5), S7-Materiais Básicos (4), S8-Tecnologia da Informação (2), S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis e S10-Telecomunicações.

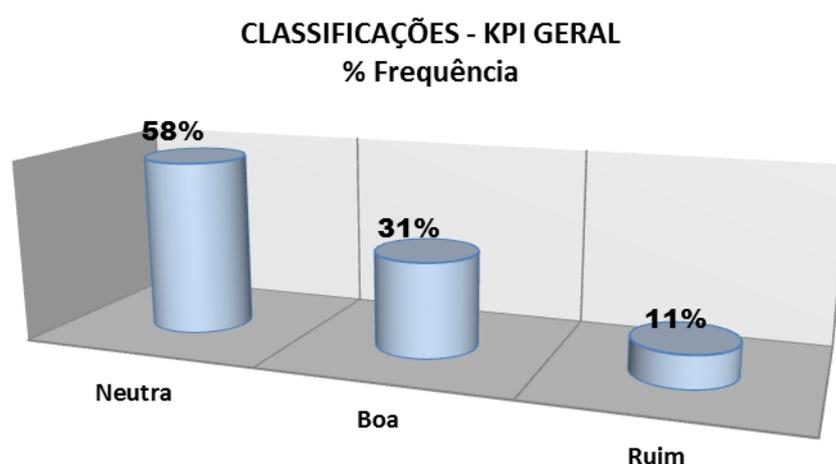
Observa-se nos Gráficos 16 e 17, que esses achados podem estar relacionados direta ou indiretamente com os aspectos quantitativos dos indicadores-chave de desempenho propostos no *checklist*, pois esses indicadores, geralmente, possuem métricas que podem ser capazes de explicar como uma organização gera valor e como ela utiliza e afeta diversos capitais (IIRC, 2014).

Na geração de valor de uma organização, as externalidades podem ser positivas ou negativas. Ou seja, podem acarretar um aumento líquido ou redução líquida no valor contido nos capitais (IIRC, 2013d, p. 11). Portanto, os provedores de capital financeiro necessitam de

informações sobre as externalidades relevantes para poder avaliar seus efeitos e alocar recursos de maneira apropriada (IIRC, 2013.d, p. 11).

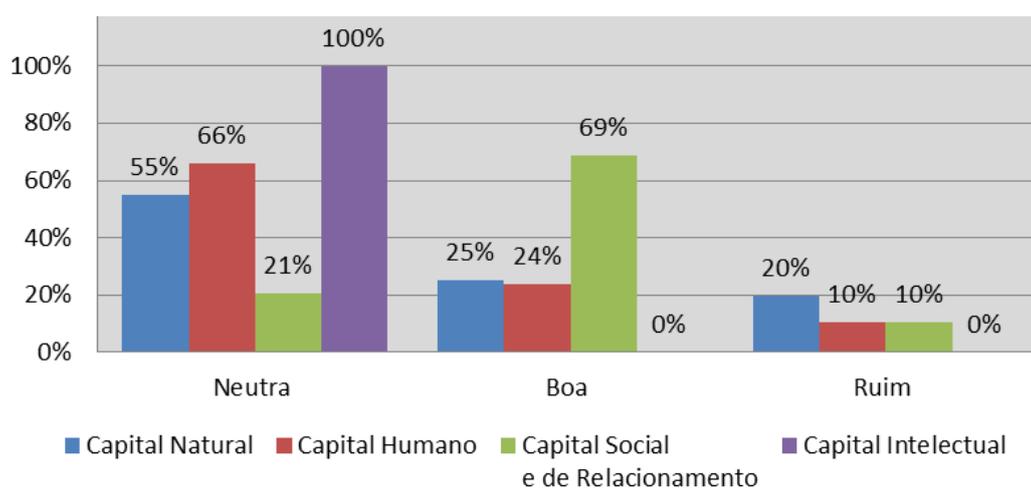
Desta forma, observou que a maior frequência de 58% foi apresentada pela classificação “Neutra”, seguida da classificação “Boa” com 31%, já a classificação “Ruim” obteve a menor frequência com 11% (Figura14).

Figura 14 – Frequências das classificações nos indicadores totais – Capital Geral



Nesse sentido, os capitais estudados possuem em sua maior parte a classificação “Neutra” (Gráfico 18). Esse fato demonstra que a maioria dos indicadores não apresentam informações claras sobre aspectos de aumento ou redução, ou até mesmo menção narrativa de melhora ou piora do indicador.

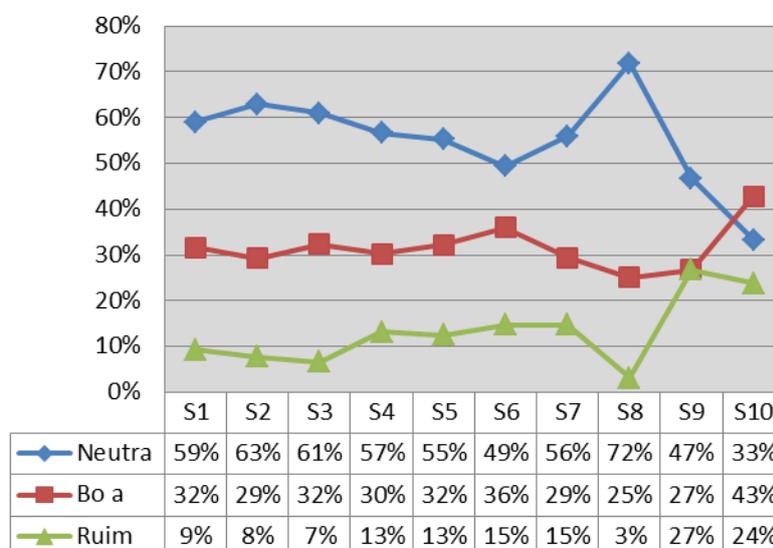
Gráfico 18 – Capitais não financeiros por classificações – Capital Geral



No geral, foi possível identificar que os indicadores reportados nos relatórios, estão aquém de refletir esses aspectos, com exceção do “Capital social e de relacionamento”, que demonstrou 70% de classificação “Boa”. Esse resultado pode indicar um desempenho positivo nas relações entre as empresas e as parte interessadas. No que se referem aos indicadores propostos esses estão ligados aos grupos de clientes, comunidade e colaboradores.

Por fim, as classificações por setor foram apresentadas no Gráfico 19, no qual é possível ver a distribuição entre setores e as diferenças entre elas. Observa que, no geral, as classificações dividiram-se entre alta (Neutra), moderada (Boa) e baixa (Ruim). Quando se tratam as informações com aspectos negativos, os estudos anteriores indicam uma tendência de baixa divulgação, principalmente quando são divulgadas de forma voluntárias (ROVER et al, 2008; NOSSA, 2002; DYE, 2001; BEUREN,SANTOS E GUBIANI, 2013, VERRECHIA, 2001). Em relação à identificação dos aspectos negativos e positivos, sentiu-se que esta análise foi possível, pois utilizamos como base os princípios de equilíbrio e comparabilidade das diretrizes de relatório de sustentabilidade - GRI.

Gráfico 19 – Classificações dos indicadores totais por setores – Capital Geral



Legenda: S1-Consumo não Cíclico (15), S2- Construção e Transporte (11), S3-Consumo Cíclico (9), S4-Financeiro e Outros (8), S5-Utilidade Pública (7), S6-Bens Industriais (5), S7-Materiais Básicos (4), S8-Tecnologia da Informação (2), S9-Petróleo, Gás e Biocombustíveis e S10-Telecomunicações.

## 4.4 Análise inferencial

### 4.4.1 Associações

#### 4.4.1.1 Capital Natural

Para a realização de associações estatísticas, optou-se pela verificação do pressuposto da normalidade para a aplicação do teste adequado, a fim de verificar relações existentes entre o IDCN (Índice de Divulgação do Capital Natural) e as demais variáveis – características e classificações das informações divulgadas.

Aplicou-se, em todas as variáveis, o teste de normalidade de *Kolmogorov-Smirnov*, pois esse teste é apropriado para amostras suficientemente grandes ( $n > 30$ ), sendo utilizado para verificar se os dados são normalmente distribuídos, ou se não há distribuição normal.

O resultado da aplicação do teste de normalidade fornece subsídios para decidir o uso apropriado de testes de correlação, estando entre eles o teste de Correlação de *Pearson*, caso haja normalidade, e correlação de *Spearman*, se os dados não forem normalmente distribuídos.

Tabela 29 – Teste de Normalidade – Capital Natural

| Variáveis                               | Kolmogorov-Smirnov |    |       |
|---|--------------------|----|-------|
|   | Estatística        | gl | Sig.  |
| <b>Índice de Divulgação</b>             |                    |    |       |
| Capital Natural                         | 0,189              | 63 | 0,000 |
| <b>Características</b>                  |                    |    |       |
| Declarativa                             | 0,430              | 63 | 0,000 |
| Quantitativa não-monetária              | 0,187              | 63 | 0,000 |
| Quantitativa monetária                  | 0,369              | 63 | 0,000 |
| Quantitativa monetária e não financeira | 0,470              | 63 | 0,000 |
| <b>Classificações</b>                   |                    |    |       |
| Neutra                                  | 0,182              | 63 | 0,000 |
| Boa                                     | 0,283              | 63 | 0,000 |
| Ruim                                    | 0,329              | 63 | 0,000 |

Legenda: gl – Grau de Liberdade; Sig. - Significância

Através da Tabela 29, pode-se analisar o resultado obtido através do teste Kolmogorov-Smirnov, verificando-se que há uma distribuição não normal ( $p\text{-valor} < 0,05$ ) ao nível de 5% de significância. Dado o resultado encontrado, o teste mais adequado para verificação de associações existentes entre as variáveis é o Teste de Correlação de Spearman.

A Tabela 30 demonstra os resultados das associações de *Spearman*, podendo-se concluir que, ao nível de 5% de significância, o Índice de Divulgação do Capital Natural (IDCN) está associado significativamente ( $p\text{-valor} < 0,05$ ) a todas as demais variáveis, com exceção da característica quantitativa monetária.

Com relação aos resultados (Tabela 30), constatou-se que o IDCN está mais associado à característica quantitativa não monetária ( $\rho = 0,625$ ) e com a classificação *Boa* ( $\rho=0,535$ ), sendo possível notar uma correlação moderada e positiva entre essas variáveis.

Tabela 30 – Correlação de *Spearman* rho – Capital Natural

| IDCN   | Indicadores-chave de Desempenho |                            |                        |   |               |       |       |
|--|---------------------------------|----------------------------|------------------------|---|---------------|-------|-------|
|  | Características                 |                            |                        |   | Classificação |       |       |
|  | Declarativa                     | Quantitativa não monetária | Quantitativa monetária | Quantitativa monetária e não financeira | Neutra        | Boa   | Ruim  |
| <b>Coefficiente de Correlação Spearman's rho</b> | 0,260                           | 0,625                      | 0,159                  | 0,496                                   | 0,385         | 0,535 | 0,449 |
| <b>Sig. (bilateral)</b>                          | 0,040                           | 0,000                      | 0,214                  | 0,000                                   | 0,002         | 0,000 | 0,000 |
| <b>Nº Observações</b>                            | 63                              | 63                         | 63                     | 63                                      | 63            | 63    | 63    |

Legenda: Sig. – Significância

Ainda na Tabela 30, observa-se também uma correlação significativamente moderada e positiva com a característica quantitativa monetária e não financeira ( $\rho = 0,496$ ). Destaca-se que, apesar da classificação boa ( $\rho=0,535$ ) ter uma correlação positiva e moderada com IDCN, a classificação ruim ( $\rho=0,449$ ) também é associada de forma significativa e positiva, esse resultado inferi que essas duas classificações tendem a ter um leve equilíbrio. Ou seja, as empresas quando divulgam seus indicadores de Capital Natural tendem a demonstrar uma intensidade moderada de aspectos bons e ruins; e quanto ao neutro ( $\rho=0,385$ ), esse tem uma correlação positiva, porém a intensidade é baixa ( $\rho=0,385$ ).

Para verificar se há diferenças entre os índices por setor, foi aplicado o teste de *Kruskal Wallis*. O resultado do teste, com  $p\text{-valor} < 0,05$ , sugere que o “IDCN” das empresas são estatisticamente diferentes entre os setores, ao nível de 5% de significância (Tabela 31).

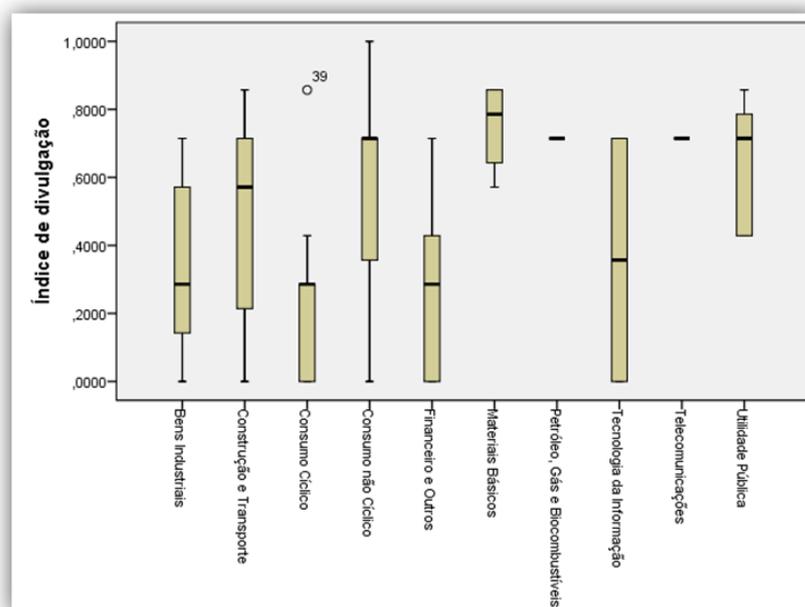
Tabela 31 – Teste de Kruskal Wallis – Capital Natural

| Teste Estatístico    |        |
|----------------------|--------|
| ID – Capital Natural |        |
| Qui-Quadrado         | 16,837 |
| gl                   | 9      |
| Sig.                 | 0,0499 |

Legenda: gl – Grau de Liberdade; Sig. – Significância

Ao se comparar o “IDCN” em cada setor (Figura 15), observa-se que os maiores índices se concentram no setor de “Materiais básicos”. A empresa 39 – Lojas Renner S.A – apresentou um índice alto comparado aos das demais empresas do setor de Consumo Cíclico. Percebe-se que os setores apresentaram variabilidades moderadas entre os índices das empresas, com exceção do setor “Materiais básicos”, indicando que os índices são bem próximos e alto entre as empresas desse setor.

Figura 15 – *Box Plot* - Índices de Divulgação por Setor - Capital Natural<sup>8</sup>



<sup>8</sup> Outlier : 39 -Lojas Renner S.A

#### 4.4.1.2 Capital Humano

Semelhantemente à análise do Capital Natural, é utilizada a mesma verificação do pressuposto da normalidade para a aplicação do teste adequado, a fim de verificar relações existentes entre o IDCH (Índice de Divulgação do Capital Humano) e as demais variáveis – características e classificações das informações divulgadas.

Através da Tabela 32, pode-se analisar o resultado obtido através do teste Kolmogorov-Smirnov, verificando-se que há uma distribuição não normal ( $p\text{-valor} < 0,05$ ), ao nível de 5% de significância, com exceção do IDCH, que obteve resultado normal 0,084, ( $p\text{-valor} < 0,05$ ) para um nível de 5% de significância. Mediante ao resultado encontrado, o teste mais adequado para verificação de associações existentes entre as variáveis é o Teste de Correlação de *Spearman*.

Tabela 32 – Teste de Normalidade – Capital Humano

| Variáveis                               | Kolmogorov-Smirnov |    |       |
|---|--------------------|----|-------|
|   | Estatística        | gl | Sig.  |
| <b>Índice de Divulgação</b>             |                    |    |       |
| Capital Humano                          | 0,105              | 63 | 0,084 |
| <b>Características</b>                  |                    |    |       |
| Declarativa                             | 0,437              | 63 | 0,000 |
| Quantitativa não-monetária              | 0,235              | 63 | 0,000 |
| Quantitativa monetária                  | 0,470              | 63 | 0,000 |
| Quantitativa monetária e não financeira | 0,432              | 63 | 0,000 |
| <b>Classificações</b>                   |                    |    |       |
| Neutra                                  | 0,190              | 63 | 0,000 |
| Boa                                     | 0,192              | 63 | 0,000 |
| Ruim                                    | 0,379              | 63 | 0,000 |

Legenda: gl – Grau de Liberdade; Sig. - Significância

Dessa forma, na Tabela 33, que demonstra os resultados das associações de *Spearman*, que, ao nível de 5% de significância, o IDCH apresenta uma correlação fraca e inversamente proporcional à característica “Quantitativa não monetária” (-0,254), e uma associação moderadamente positiva com a classificação ruim ( $\rho=0,418$ ).

Tabela 33 – Correlação de *Spearman rho* – Capital Humano

| IDCH   | Indicadores-chave de Capitais |                            |                        |   |               |       |       |
|--|-------------------------------|----------------------------|------------------------|---|---------------|-------|-------|
|  | Características               |                            |                        |   | Classificação |       |       |
|  | Declarativa                   | Quantitativa não monetária | Quantitativa monetária | Quantitativa monetária e não financeira | Neutra        | Boa   | Ruim  |
| <b>Coefficiente de Correlação Spearman's rho</b> | 0,131                         | -0,254                     | 0,246                  | 0,241                                   | -0,412        | 0,382 | 0,418 |
| <b>Sig. (bilateral)</b>                          | 0,306                         | 0,044                      | 0,052                  | 0,057                                   | 0,001         | 0,002 | 0,001 |
| <b>Nº Observações</b>                            | 63                            | 63                         | 63                     | 63                                      | 63            | 63    | 63    |

Percebe-se que, apesar da associação significativa e negativa do IDCH com a característica quantitativa não monetária, pode-se afirmar que o aumento do IDCH tem influência sobre a diminuição da característica quantitativa não monetária ou vice versa ao nível de significância de 0,044. Entretanto, nota-se que a classificação neutra ( $\rho=-0,412$ ) é inversamente proporcional quando comparadas com as demais, ou seja, quanto maior for o IDCH, maior serão as classificações boas ( $\rho=0,382$ ) e ruins ( $\rho=0,418$ ), e menor será a neutra ( $\rho=-0,412$ ).

Para verificar se há diferenças entre os índices por setor, foi aplicado o teste de *Kruskal Wallis*. O resultado do teste, com  $p\text{-valor}<0,05$ , sugere que o IDCH das empresas são estatisticamente diferentes entre os setores, ao nível de 5% de significância (Tabela 34).

Tabela 34 – Kruskal Wallis IDCH por setor – Capital Humano

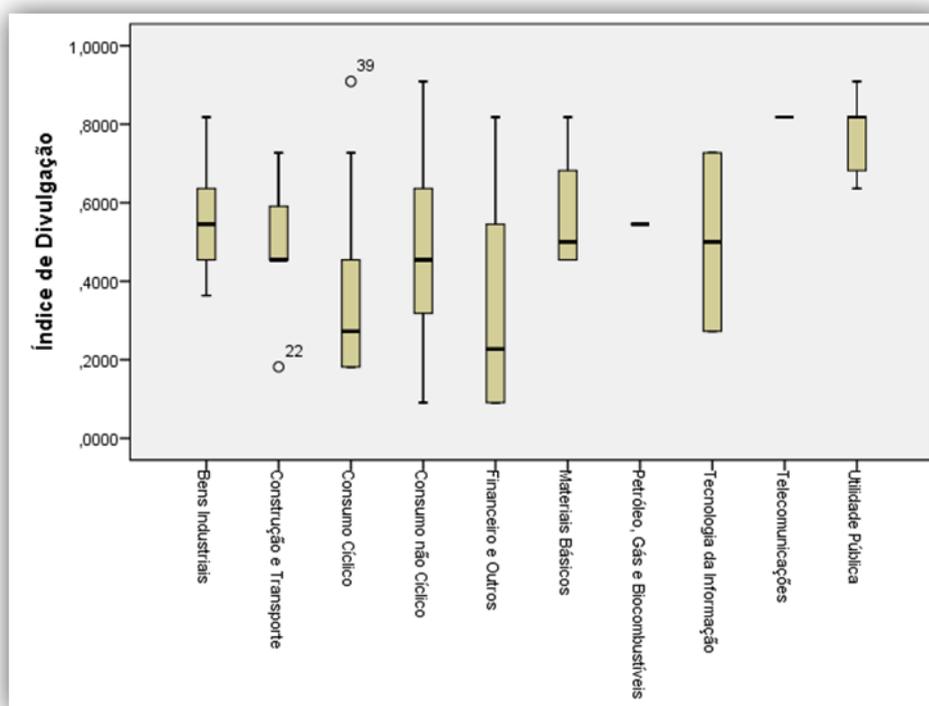
| Teste Estatístico   |        |
|---------------------|--------|
| ID - Capital Humano |        |
| Qui-Quadrado        | 16,845 |
| gl                  | 9      |
| Sig.                | 0,0499 |

Legenda: gl – Grau de Liberdade; Sig. – Significância

Ao se comparar o “IDCH” em cada setor (Figura 16), observa-se que os maiores índices se concentram no setor de “Utilidades Pública” (ID=0,77), e na empresa 39 – Lojas Renner S.A. (*outlier*) com ID de 0,79. E os menores índices nos setores “Consumo

cíclico”(ID-0,40) e “Financeiro e outros”(ID-0,33). De modo que esses setores apresentaram variabilidades moderadas, indicando que os índices são moderadamente próximos entre as empresas do setor, com exceção dos setores “Tecnologia da informação” e “Financeiros e outros”, que apresentam alta variação entre os índices.

Figura 16 – Box Plot - Índices de Divulgação por Setor - Capital Humano<sup>9</sup>



#### 4.4.1.3 Capital Social e de Relacionamento

De acordo com a análise dos capitais anteriores, realizou-se a verificação da distribuição normal para este capital, visando a utilizar o teste adequado para a realização de associações (Tabela 35).

<sup>9</sup> Outlier : 22 Cyrela Commercial S.A. / 39 -Lojas Renner S.A

Tabela 35 – Teste de Normalidade – Capital Social e de Relacionamento

| Variáveis                               | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |    |       |
|---|---------------------------------|----|-------|
|   | Statistic                       | gl | Sig.  |
| <b>Índice de Divulgação</b>             |                                 |    |       |
| Capital Social e de Relacionamento      | 0,133                           | 63 | 0,008 |
| <b>Característica</b>                   |                                 |    |       |
| Declarativa                             | 0,288                           | 63 | 0,000 |
| Quantitativa não-monetária              | 0,199                           | 63 | 0,000 |
| Quantitativa monetária                  | 0,428                           | 63 | 0,000 |
| Quantitativa monetária e não financeira | 0,306                           | 63 | 0,000 |
| <b>Classificações</b>                   |                                 |    |       |
| Neutra                                  | 0,343                           | 63 | 0,000 |
| Boa                                     | 0,164                           | 63 | 0,000 |
| Ruim                                    | 0,437                           | 63 | 0,000 |

Legenda: gl – Grau de Liberdade; Sig. - Significância

A Tabela 36 mostra os resultados das associações de *Spearman*, podendo-se concluir que, ao nível de 5% de significância, pode ser visto que o índice está correlacionado de forma significativa e moderada com a característica quantitativa não-monetária e não financeira ( $\rho = 0,504$ ), e também com a classificação Ruim ( $\rho=0,491$ ).

Tabela 36 - Correlação de Spearman rho – Capital Social e de Relacionamento

| IDCSR  | Indicadores-chave de desempenho |                            |                        |   |               |        |         |
|--|---------------------------------|----------------------------|------------------------|---|---------------|--------|---------|
|  | Características                 |                            |                        |   | Classificação |        |         |
|  | Declarativa                     | Quantitativa não monetária | Quantitativa monetária | Quantitativa monetária e não financeira | Neutra        | Boa    | Ruim    |
| <b>Coefficiente de Correlação Spearman's rho</b> | -0,049                          | 0,379**                    | 0,153                  | 0,504**                                 | 0,251*        | -0,065 | 0,491** |
| <b>Sig. (bilateral)</b>                          | 0,706                           | 0,002                      | 0,232                  | 0,000                                   | 0,047         | 0,613  | 0,000   |
| <b>Nº Observações</b>                            | 63                              | 63                         | 63                     | 63                                      | 63            | 63     | 63      |

Legenda: Sig. - Significância

Pode-se destacar, com base na Tabela 36, que a característica não monetária ( $\rho=0,379$ ) também está correlacionada significativamente e positiva com o IDCSR, porém essa associação foi baixa. Já a classificação neutra ( $\rho=0,251$ ) está fracamente associada ao IDCSR ao nível de significância de 0,05.

De modo que, ao se aplicar o teste de Kruskal Wallis, obteve-se p-valor  $>0,05$ , levando à conclusão de que os IDCSR são estatisticamente semelhantes entre os setores, ao nível de 5% de significância (Tabela 37).

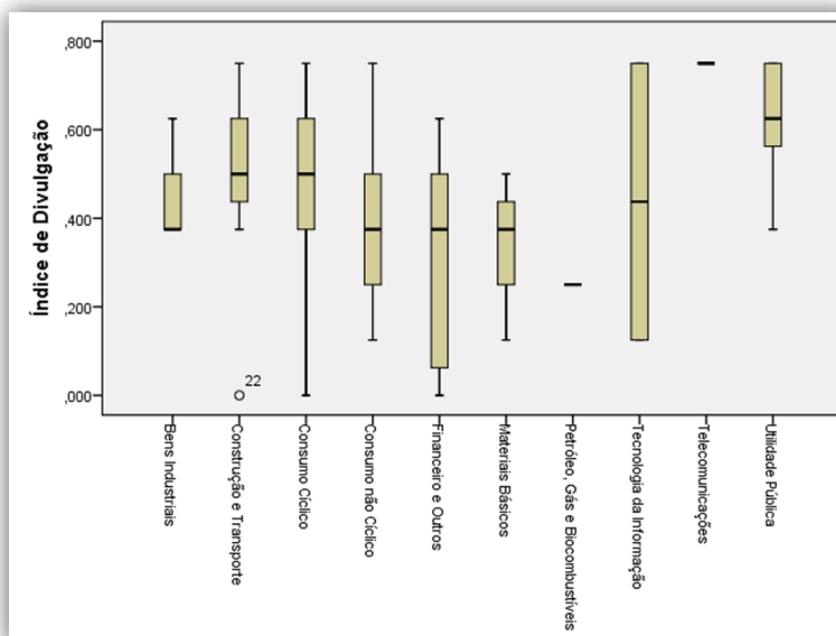
Tabela 37 – Kruskal Wallis IDCSR por setor - Capital Social e de Relacionamento

| Teste Estatístico                    |        |
|--------------------------------------|--------|
| ID - Capital Social e Relacionamento |        |
| Qui-Quadrado                         | 13,253 |
| gl                                   | 9      |
| Sig.                                 | 0,151  |

Legenda: gl – Grau de Liberdade; Sig. – Significância

Ao se comparar o IDCSR em cada setor (Figura 17), observa-se que o IDCSR tende a ser maior nos setores de “Utilidade pública”, “Telecomunicações”, “Tecnologia da informação”, “Construção e Transporte” e “Consumo cíclico”. Além disso, a maioria desses setores que apresentaram as variabilidades são moderadas, com exceção dos setores de “Tecnologia da informação” e “Financeiros e outros”, com alta variação de índices. O setor de “Bens industriais” indica que os IDCSR são bem próximos entre as empresas.

Figura 17 – Box Plot – Índices de Divulgação por Setor - Capital Social e de Relacionamento<sup>10</sup>



#### 4.4.1.4 Capital Intelectual

Semelhante à análise dos capitais anteriores, realizou-se a verificação da distribuição normal, visando a utilizar o teste adequado para a realização de associações.

Como observado na Tabela 38, o teste de Kolmogorov-Smirnov demonstrou que todas as características e classificações, incluindo também o Índice de Divulgação, apresentaram distribuição não normal considerando  $p\text{-valor} < 0,05$ , ao nível de 5% de significância.

<sup>10</sup> Outlier : 22 Cyrela Commercial S.A.

Tabela 38 – Teste de Normalidade – Capital Intelectual

| Variáveis                               | Kolmogorov-Smirnov |    |       |
|---|--------------------|----|-------|
|   | Estatística        | gj | Sig.  |
| <b>Índice de Divulgação</b>             |                    |    |       |
| Capital Intelectual                     | 0,190              | 63 | 0,000 |
| <b>Característica</b>                   |                    |    |       |
| Declarativa                             | 0,187              | 63 | 0,000 |
| Quantitativa não-monetária              | 0,355              | 63 | 0,000 |
| Quantitativa monetária                  | 0,478              | 63 | 0,000 |
| Quantitativa monetária e não financeira | 0,422              | 63 | 0,000 |
| <b>Classificações</b>                   |                    |    |       |
| Neutra                                  | 0,514              | 63 | 0,000 |

Legenda: gj – Grau de Liberdade; Sig. - Significância

Dessa forma, a Tabela 39 mostra os resultados das associações de *Spearman*, podendo-se concluir que, ao nível de 5% de significância, o Índice de Divulgação do Capital Intelectual (IDCI) está associado significativamente ( $p\text{-valor} < 0,05$ ) a todas as demais variáveis, exceto com a característica declarativa. Sendo que há uma correlação positiva entre o IDCI e a característica “quantitativa monetária e não financeira” ( $\rho=0,504$ ). E com a classificação neutra ( $\rho=0,618$ ) obteve uma associação quase alta, sendo que nesse capital os indicadores analisados foram 100% classificados como “Neutra”.

Tabela 39 – Coeficiente de Correlação de Spearman – Capital Intelectual

| IDCI   | Indicadores- chave de Capitais |                            |                        |   |               |
|--|--------------------------------|----------------------------|------------------------|---|---------------|
|  | Características                |                            |                        |   | Classificação |
|  | Declarativa                    | Quantitativa não monetária | Quantitativa monetária | Quantitativa monetária e não financeira | Neutra        |
| <b>Coefficiente de Correlação Spearman's rho</b> | 0,110                          | 0,369**                    | 0,395**                | 0,504**                                 | 0,618**       |
| <b>Sig. (bilateral)</b>                          | 0,391                          | 0,003                      | 0,001                  | 0,000                                   | 0,000         |
| <b>Nº Observações</b>                            | 63                             | 63                         | 63                     | 63                                      | 63            |

Além disso, ao se aplicar o teste de Kruskal Wallis, obteve-se  $p\text{-valor} > 0,05$ , levando à conclusão de que os IDCSR não são estatisticamente diferentes entre os setores, ao nível de

5% de significância. Os valores do IDCI são estatisticamente semelhantes ( $p\text{-valor} > 0,05$ ) entre os setores, ao nível de 5% de significância (Tabela 40).

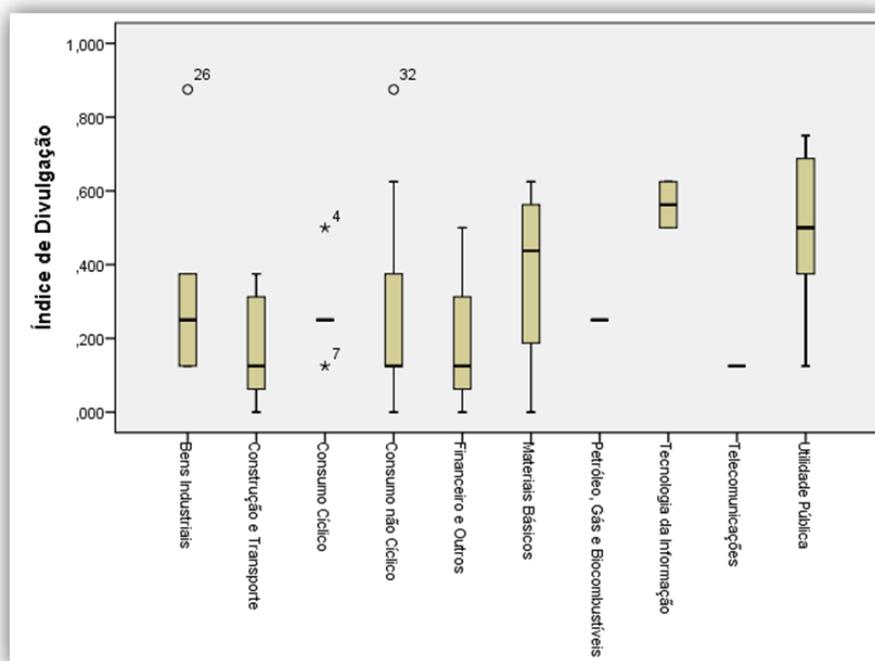
Tabela 40 – Kruskal Wallis IDCI por setor - Capital Intelectual

| Teste Estatístico        |        |
|--------------------------|--------|
| ID – Capital Intelectual |        |
| Qui-Quadrado             | 14,670 |
| gl                       | 9      |
| Sig.                     | 0,100  |

Legenda: gl – Grau de Liberdade; Sig. – Significância

Ao se comparar o IDCI em cada setor (Figura 18), se observa que o IDCI tende a ser maior somente no setor de “Utilidade pública”, e nas empresas 26 – Embraer S.A – e 32 – Fleury (outlier).

Figura 18 – Box Plot – Índices de Divulgação por Setor - Capital Intelectual<sup>11</sup>



<sup>11</sup> Outlier : 26 – Embraer S.A / 32 – Fleury S.A / 4 - B2W S.A / 7 - BHG S.A.

#### 4.4.1.5 Geral (natural, humano, social e de relacionamento e intelectual)

Conforme realizou-se a verificação da distribuição normal, prevendo utilizar o teste adequado para a realização de associações. Obteve-se ao nível de significância de 5%, o IDCG (0,200), declarativa (0,200), quantitativa não monetária (0,200), neutra (0,200) e boa (0,200). As variáveis quantitativa monetária (0,000), quantitativa monetária e não financeira (0,007) e ruim (0,000), obtiveram distribuição não normal (p-valor < 0,05) (Tabela 41).

Tabela 41 – Teste de Normalidade – Capital Geral

| Variáveis                               | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |    |       |
|---|---------------------------------|----|-------|
|   | Estatística                     | gl | Sig.  |
| <b>Índice de Divulgação</b>             |                                 |    |       |
| Capital Geral                           | 0,079                           | 63 | 0,200 |
| <b>Características</b>                  |                                 |    |       |
| Declarativa                             | 0,092                           | 63 | 0,200 |
| Quantitativa não-monetária              | 0,056                           | 63 | 0,200 |
| Quantitativa monetária                  | 0,254                           | 63 | 0,000 |
| Quantitativa monetária e não financeira | 0,134                           | 63 | 0,007 |
| <b>Classificações</b>                   |                                 |    |       |
| Neutra                                  | 0,073                           | 63 | 0,200 |
| Boa                                     | 0,072                           | 63 | 0,200 |
| Ruim                                    | 0,230                           | 63 | 0,000 |

Legenda: gl – Grau de Liberdade; Sig. - Significância

Dessa forma, utilizou-se o Coeficiente de Correlação Pearson para as variáveis que apresentaram normalidade, e o Coeficiente de *Spearman* para as variáveis que obtiveram distribuição não normal.

Primeiro, mostra-se os resultados das associações de *Pearson* (Tabela 42), podendo-se concluir que, ao nível de 5% de significância, o Índice de Divulgação Geral (IDCG) está associado significativamente negativa (p-valor < 0,05) com as variáveis característica “Declarativa” (rho=-0,312) e classificação “Neutra” (rho= -0,267). Pode se concluir, pelo nível de significância 0,013, que, quanto maior for IDCG, fraca será a diminuição das características declarativas (-0,312). Já a classificação neutra terá um comportamento semelhante, todavia o nível de significância é mais fraco.

Tabela 42 – Coeficiente de Correlação de Pearson – Capital Geral

| IDCG                      | Indicadores-chave de Desempenho |                            |                |       |
|---------------------------|---------------------------------|----------------------------|----------------|-------|
|                           | Características                 |                            | Classificações |       |
|                           | Declarativa                     | Quantitativa não monetária | Neutra         | Boa   |
| <b>Correlação Pearson</b> | -0,312*                         | 0,058                      | -0,267*        | 0,082 |
| <b>Sig. (bilateral)</b>   | 0,013                           | 0,649                      | 0,034          | 0,523 |
| <b>Nº Observações</b>     | 63                              | 63                         | 63             | 63    |

Segundo, para variáveis não normais, aplicou-se o coeficiente de correlação de *Spearman* (Tabela 43), e pôde se concluir que, ao nível de 5% de significância, o Índice de Divulgação Geral (IDCG) está associado significativamente positiva ( $p$ -valor  $< 0,05$ ) com as variáveis características: quantitativa monetária ( $\rho = -0,333$ ) e classificação ruim ( $\rho = 0,532$ ). Observa-se que, quanto maior for o IDCG, maior será a característica quantitativa monetária ao nível de significância de 0,008, todavia baixa quanto à intensidade. Enquanto que a classificação ruim ( $\rho = 0,532$ ), além de ser significativamente positiva, é também considerada uma associação moderada com o IDCG.

Tabela 43 – Coeficiente de Correlação de Spearman – Capital Geral

| IDCG   | Indicadores-chave de Desempenho |   |                |
|--|---------------------------------|---|----------------|
|  | Características                 |   | Classificações |
|  | Quantitativa monetária          | Quantitativa monetária e não financeira | Ruim           |
| <b>Coefficiente de Correlação Spearman's rho</b> | 0,333                           | 0,234                                   | 0,532          |
| <b>Sig. (bilateral)</b>                          | 0,008                           | 0,065                                   | 0,000          |
| <b>Nº Observações</b>                            | 63                              | 63                                      | 63             |

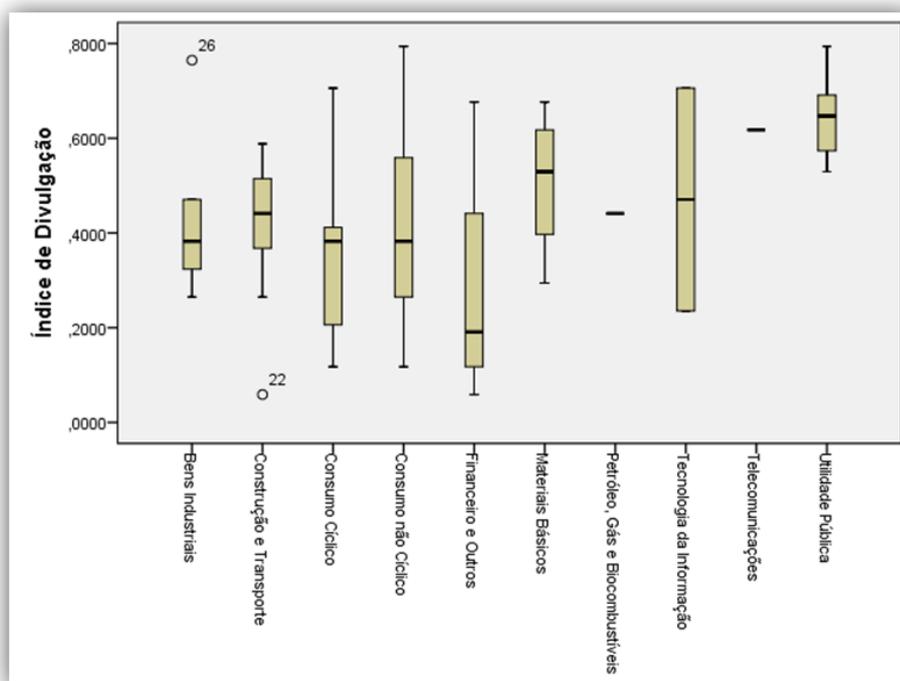
Pelo teste de Kruskal Wallis, temos que os índices IDCG são estatisticamente semelhantes entre os setores ( $p$ -valor  $> 0,05$ ), ao nível de 5% de significância (Tabela 44).

Tabela 44 – Kruskal Wallis IDCG por setor - Capital Geral

| Teste Estatístico  |        |
|--------------------|--------|
| ID - Capital Geral |        |
| Qui-Quadrado       | 15,470 |
| gl                 | 9      |
| Sig.               | 0,079  |

Legenda: gl – Grau de Liberdade; Sig. – Significância

Ao se comparar o IDCG em cada setor (Figura 19), observa-se que o IDCG tende a ser maior nos setores de “Utilidade pública” e “Consumo não cíclico”, e na empresa Embraer S.A. (*outlier*), do setor “Bens industriais”. O menor IDCG foi no setor “Financeiro e outros”, e na empresa Cyrela Commercial Propert S.A. (*outlier*), do setor de “Construção e transporte”. Percebe-se que, no geral, os índices entre as empresas dos setores tendem a serem mais próximos a nível de significância de 0,079.

Figura 19 – Box Plot - Índices de Divulgação por Setor - Capital Geral<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Outlier : 22 - Cyrela Commercial S.A / 26 – Embraer S.A

## 5 CONCLUSÃO, LIMITAÇÕES E SUGESTÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

Dada a constante discussão acerca do Relato Integrado e sua adoção, este trabalho teve como objetivo identificar os níveis de aderência das empresas brasileiras aos indicadores-chave de desempenho dos capitais não financeiros. Como também distinguir as características e classificações desses indicadores, e ainda verificar possíveis associações entre o índice de divulgação (aderência) dos capitais não financeiros e as respectivas características e classificações dos indicadores divulgados.

A divulgação de informações não financeiras ao longo do tempo vem sendo tema de discussão de vários autores nacionais e internacionais, mas no caso das 128 empresas pertencentes ao segmento do novo mercado que agrega companhias com alto nível de transparência e divulgações adicionais, somente 63 empresas (49,2%) divulgaram informações sobre capitais não financeiros em 2012.

Dessa forma, nos aspectos gerais dos relatórios identificados das 63 companhias, percebe-se que, a maioria das empresas agregam suas informações não financeiras no relatório anual, e outra parte, apresentam essas informações em um modelo institucional de relatório, que possui um foco em aspectos sócios ambientais, como também adicionam informações de cunho econômico e financeiro.

E quanto ao modelo utilizado para elaboração dos relatórios constatou-se que o modelo GRI foi o mais utilizado, com 42,9%. Já que o GRI atualmente é um modelo mundialmente reconhecido de relatório sustentabilidade. Entretanto, em 31,7% das empresas não foi possível identificar nenhuma referência de modelo. E vale destacar que 22,2% das empresas utilizaram, tanto o modelo GRI, como o balanço social (NBC T15/IBASE) em um mesmo relatório, para este grupo, houve indicadores que continham as mesmas informações tanto no primeiro modelo, como no segundo. Essa situação pode causar possíveis redundâncias nas informações, que, segundo o estudo de CASTRO (2013), entre o balanço social (NBCT15) e os indicadores de desempenho GRI G3, constatou-se 23% de similaridade.

De forma geral, observou-se que os níveis de aderência foram baixos, pois somente 6,3% das empresas obtiveram um nível Alto (nível 1), enquanto 39,7% no nível 3 (moderado baixo) e 23,8% no nível 4 (baixo), somando 63,5% de aderência com força para baixo (0,50). Nesse sentido, verificou-se que o capital mais aderente foi o “Capital Natural”,

com a maioria das empresas (38,1%) classificadas no Nível 2 de aderência, seguido de 14,3% classificadas no Nível 1, totalizando 52,4% de aderência. Já o Capital Humano foi o único que apresentou um indicador evidenciado por todas as empresas (número de funcionários). No entanto, a maioria das empresas nesse capital estão classificadas como Nível 3 (36,5%), o que indica um nível moderado baixo de aderência. Quanto ao Capital Social e de Relacionamento, percebe-se que há comportamento semelhante entre os níveis moderado baixo (31,7%) e moderado alto (33,3%) (Nível 3 e Nível 2). Já o Capital Intelectual apresentou a menor participação nos níveis elevados de aderência, pois a maioria das empresas (44,4%) encontra-se classificada como Nível 4 (baixo), e somente 6,3% (4) se classificam como Nível 1 (alto).

Quanto a análise de conteúdo nos indicadores observou que a maior parte dos indicadores apresentaram a característica “quantitativa não monetária” (61%). E as demais obtiveram uma baixa frequência, com destaque da característica “quantitativa monetária” (9%), esse resultado demonstra que os indicadores predominantes não tem caráter financeiro, pode-se justificar o resultado, pois a maior parte dos indicadores são apresentados na forma de unidades de medidas e 17% de maneira narrativa. E ainda observando o conteúdo dos indicadores, foi identificado 31% de classificação boa, e mais da metade dos indicadores não foram classificados como bom ou ruim, e estes ficaram na classificação neutra (58%). Esse resultado pode ter sofrido influência da subjetividade, pois muitos indicadores não foram parametrizados por falta de conhecimento técnico do pesquisador e comparabilidade.

E pode-se concluir que o índice de divulgação dos respectivos capitais natural, humano, social e de relacionamento e intelectual, está associado estatisticamente com as características e classificações dos indicadores analisados.

Essa pesquisa apresenta como limitação o período da análise, já que a discussão sobre a integração das informações financeiras e não financeiras iniciaram em meados de 2011, e, posteriormente, o lançamento da Estrutura Conceitual (*framework*) do Relato Integrado, em 2013, portanto observou-se que pode haver uma tendência à adequação a essa nova proposta. Constatou que duas empresas utilizavam uma estrutura semelhante à proposta do RI – BRF Foods S.A (consumo não cíclico) e CCR S.A. (Construção e Transporte) – as quais eram estruturadas por tipo de Capital a saber natural, humano, social e de relacionamento e intelectual. Todavia, a aderência de ambas aos indicadores-chave de desempenho foi de ID - 0,65 e ID - 0,56 respectivos.

Sugere-se, para pesquisas futuras, ampliar a amostra para empresas pertencentes a outros segmentos da bolsa, como também analisar empresas de carteiras teóricas relacionadas

ao tema sustentabilidade; e ainda buscar comparar os Índices de Divulgação não financeira com variáveis financeiras. Outra sugestão é fazer um estudo da divulgação das empresas antes e pós-lançamento da Estrutura Conceitual do RI.

## REFERÊNCIAS

- ACCOUNTING FOR SUSTAINABILITY; 2009. Disponível em: <<http://www.accountingforsustainability.org/>>. Acesso em: 26 julho 2014.
- ACEITUNO, J. V. F.; ARIZA, L. R.; SANCHEZ, I. M. G. Is integrated reporting determined by a country's legal system? An exploratory study. *Journal of Cleaner Production*. v.44, n.1, p.45-55, 2013.
- ANDRADE, G. A. R. Estudo econométrico dos efeitos da migração para OIGC: índice de ações com governança corporativa diferenciada da Bovespa. *Internext - Revista Eletrônica de Negócios Internacionais*, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 39-53, jan./jun. 2008.
- BASSEN, A.; JASTRAM, S.; MEYER, K. Corporate Social Responsibility: Eine Begriffserläuterung. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, v.6, n. 2, p. 231-236, 2005.
- BALANÇO SOCIAL. Disponível em : <[http://www.balancosocial.org.br/media/ART\\_2002\\_RSE\\_Vertical.pdf](http://www.balancosocial.org.br/media/ART_2002_RSE_Vertical.pdf)>. Acesso em: 15 julho 2014.
- BAUMGARTNER, Rupert J. Critical perspectives of sustainable development research and practice. *Journal of Cleaner Production*, v. 19, p. 783-786, 2011.
- BELLEN, H. M. V. *Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa*. 2ª ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- BENVENISTE, J.; GRIFFITHS, A.; SUTTON, P. *Sustainability: the corporate challenge of the 21st century*. Sydney: Allen & Unwin, 2000.
- BIAVA, E. CODIM: a importância da renovação & do legado. *Revista RI*. p 60-64. Abr. 2014.
- BRIASSOULIS, H. Sustainable Development and its indicators: through a (Planner's) Glass Darkly. *Journal of Environmental Planning and Management*, v. 44, p. 409-427, 2001.
- BRASIL. Lei nº 12.187, Política Nacional sobre Mudança do Clima - PNMC de 29 de dezembro de 2009. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2009/lei/12187.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2009/lei/12187.htm)>. Acesso em 25 fevereiro 2014.
- BRASIL. Lei 112305, Política nacional de resíduos sólidos. (2 de agosto de 2010). Brasília, Distrito Federal, Brasil. Recuperado em 7 novembro, 2010. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/112305.htm)>. Acesso em 15 janeiro 2014.
- BUARQUE, S. C. *Construindo o desenvolvimento local sustentável: metodologia de planejamento*. São Paulo: Garamond, 2008.
- BURKE, L.; LOGSDON, J. M. How corporate social responsibility pays off. *Long Range Planning*, v. 29, n.4, p. 495-502, 1996.

CASTRO, F. A. R.; SIQUEIRA, J. R. M.; MACEDO, M. A. S. Análise da utilização dos indicadores essenciais da versão G3, da *Global Reporting Initiative*, nos relatórios de sustentabilidade das empresas do setor de Energia Elétrica Sul Americano. *Revista de Informação Contábil*, UFPE, v. 4, p. 83-102, 2010.

CARDOSO, O. C. Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. *Revista de Administração Pública*, v.40, n.6, p. 1123-1144, 2006.

CARROLL, A. B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational *stakeholders*. *Business Horizons*, July-August 1991.

CASTRO, M. N.; MEIRA, J. M.; NONATO, R. R.; SIQUEIRA, K. P. S. Responsabilidade social: uma análise sobre indicadores *Global Reporting Initiative* – GRI à luz da NBC T 15. In: VII SEMINÁRIO UFPE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS, 2013. Recife.

CHENG, M.; GREEN, W.; CONRADIE, P.; KONISHI, N.; ROMI, A. The International Integrated Reporting Framework: Key Issues and Future Research Opportunities. *Journal of International Financial Management & Accounting*. v.25, n.1, p. 90-119, 2014.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTO CONTÁBEIS (CPC). Disponível em: <[http://www.cpc.org.br/pdf/CPC00\\_R1.pdf](http://www.cpc.org.br/pdf/CPC00_R1.pdf)>. Acesso em: 15 dezembro 2013.

DAUB, C. H. Assessing the quality of sustainability reporting: an alternative methodological approach. *Journal of Cleaner Production*. v.15, n. 1, p. 75-85, 2007.

DASCALU, C.; CARAIANI, C.; LUNGU, C. I.; COLCEAG, F.; GUSE, G. R. The externalities of social environmental accounting. *International Journal of Accounting and Information Management*. v.18, p. 19-30, 2010.

DIESENDORF, M. Sustainability and sustainable development. In: DUNPHY, D.; BENVENISTE, J., GRIFFITHS, A.; SUTTON, P. *Sustainability: the corporate challenge of the 21st century*. Sydney: Allen & Unwin, 2000, p. 19-37.

DOMENICI, I. Relatório integrado de desempenhos financeiro e de sustentabilidade caminhando cada vez mais alinhados. *Revista RI*, p.60-64, jul. 2013.

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

DUNPHY, D.; GRIFFITHS, A.; BENN, S. *Organizational change for corporate sustainability: a guide for leaders and change agents of the future*. Routledge Studies in Organizational Change & Development, 2ª edition, 2007.

DUBIELZIG, F.; SCHALTEGGER, S. Corporate Social Responsibility. In: Althaus, M.; Geffken, M. & Rawe, S. (Hrsg.): *Handlexikon Public Affairs*. Münster: Lit Verlag. Seite, 2005, p. 240-243.

ELKINGTON, J. *Canibais com garfo e faca*. São Paulo: Makroon Books, 1999.

EDVINSSON, L.; MALONE, M. S. Capital Intelectual: Descobrimo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos. São Paulo: Makron Books, 1998.

ECCLES, R. G.; KRZUS, M. P. *Relatório Único* - divulgação integrada para uma estratégia sustentável. 1ª ed. São Paulo: Saint Paul, 2011.

ERNST & YOUNG. Non-financial reporting. Quality in every we do. p.1-4, 2009. Disponível em: < [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Non-financial\\_reporting/\\$FILE/Climate%20change\\_Non%20financial%20reporting.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Non-financial_reporting/$FILE/Climate%20change_Non%20financial%20reporting.pdf)>. Acesso em: 24 abril 2014.

FIPECAFI. *IASB & IIRC formalizam cooperação para desenvolver Relatos Integrados*. São Paulo: USP, 2013.

FONSECA, F. A. P. B.; ALMEIDA, K. K. N.; FRANÇA, R. D. Evidenciação de Informações Ambientais em Empresas do Segmento de Utilidade Pública Listadas na BM&FBOVESPA: Um Estudo sobre a Evolução na Divulgação dessas Informações. REUNIR – Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade. v. 2, n.3, p.51-68, 2012.

FRENCH, L. *Relato integrado perspectiva brasileira*. 2013. Disponível em: < <http://www.reportsustentabilidade.com.br/2013/pt-br/relato-integrado>>. Acesso em: 12 fevereiro 2014.

FOLADORI, G. *Por una sustentabilidad alternativa*. Uruguai: Colección Cabichui, 2005.

RIO20. Sobre a Rio+20. Disponível em: <[http://www.rio20.gov.br/sobre\\_a\\_rio\\_mais\\_20.html](http://www.rio20.gov.br/sobre_a_rio_mais_20.html)>. Acesso em: 15 novembro 2014.

FIGGE, F.; HAHN, T. Sustainable Value Added – measuring corporate contributions to sustainability beyond eco-efficiency. *Ecological Economics*, v. 48, p. 173-187, 2004.

FREEMAN, R. E. *Strategic management: a stakeholder approach*. New York: Cambridge University Press, 2010.

FRAGALLI, A. C. *Relato integrado de uma propriedade agrícola: um estudo de caso com base no framework do International Integrated Reporting Council (IIRC)*. 2014. p.1-102. Dissertação (Mestre em Contabilidade) – Pós-Graduação em Contabilidade, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba. 2014

GANESCU, M. C. Assessing corporate social performance from a contingency theory perspective. *Emerging Markets Queries in Finance and Business. Procedia Economics and Finance*. p. 999-1004, 2012.

GEOCZE, Z. Níveis diferenciados de governança corporativa e o efeito sobre o risco de suas ações. *Revista de Finanças Aplicadas*.v.1, p. 1-23, 2010.

GRAY, R.; KOUHY, R.; LAVERS, S. Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK Disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. v. 8, n. 2, p. 47-77, 1995a.

GRAY, R.; KOUHY, R.; LAVERS, S. Methodological themes: constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*. V. 8, n. 2, p. 78-101, 1995b.

GRAY, R. Is accounting for sustainability actually accounting for sustainability... and how would we know? An exploration of narratives of organizations and the planet. *Accounting, Organizations and Society*, v. 35, n.1, p. 47–62, 2010.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE. Diretrizes para o Relatório de Sustentabilidade; 2006. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Brazilian-Portuguese-G3.1.pdf>>. Acesso em: 24 fevereiro 2014.

GLOBAL REPORTING INICIATIVE (GRI). *Sustainability Reporting Guidelines*. GRI: Boston, 2002. Disponível em: <[http://www.unep.fr/scp/gri/pdf/gri\\_2002\\_guidelines.pdf](http://www.unep.fr/scp/gri/pdf/gri_2002_guidelines.pdf)>. Acesso em: dezembro de 2014.

GOLOB, U.; BARLETT, J. L. Communicating about corporate social responsibility: a comparative study of CSR reporting in Australia and Slovenia. *Public Relations Review*, v.1, n.33, , p.1-9, 2007.

GRAY, R, BEBBINGTON, J. Environmental accounting, managerialism and sustainability: is the planet safe in the hands of business and accounting?, In: *Advances in Environmental Accounting & Management (Advances in Environmental Accounting & Management)*. Emerald Group Publishing Limited. v.1, p.1–44, 2000.

HAHN, T.; SCHEERMESSER, M. Approaches to corporate sustainability among German companies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, v. 13, p.150–165, 2006.

HACKSTON, David; MILNE, Markus J. Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. v. 9, n. 1, p. 77-108, 1996.

HALLER, A. STADEN, C. V. The value added statement – an appropriate instrument for Integrated Reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. v. 27, n.7, p. 1190-1216, 2014.

HIGGINS, C; STUBBS, W. LOVE, T. Walking the talk(s): Organisational narratives of integrated reporting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, v. 27, n.7, p. 1090-1119, 2014.

INSTITUTO ETHOS. *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial*. São Paulo: Instituto Ethos, 2007.

INSTITUTO CARBONO BRASIL. Disponível em: <<http://institutocarbonobrasil.org.br>>. Acesso em : 20 de julho de 2014.

INTERNATIONAL INTEGRATED REPORTING COUNCIL. (2011). *Towards Integrated Reporting – Communication Value in the 21st Century*. Discussion Paper, 2011. Disponível em: <[http://theiirc.org/wp-content/uploads/2011/09/IR-Discussion-Paper-2011\\_spreads.pdf](http://theiirc.org/wp-content/uploads/2011/09/IR-Discussion-Paper-2011_spreads.pdf)>. Acesso em: 15 julho 2014.

IR – INTEGRATED REPORING. *Consultation draft of the international <IR> framework*. Disponível em: <<http://www.theiirc.org/wp-content/uploads/2013/06/Consultation-Draft-of-the-InternationalIRFramework-Portuguese.pdf>>. Acesso em: 16 fevereiro 2014.

IR – INTEGRATED REPORING. *Capitals*: background paper for <IR>. Disponível em: <<http://www.theiirc.org/wp-content/uploads/2013/03/IR-Background-Paper-Capitals.pdf>>. Acesso em: 10 abril 2014.

IR – INTEGRATED REPORING. The international <IR> *framework*. Disponível em: <<http://www.theiirc.org/wp-content/uploads/2013/12/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK-2-1.pdf>>. Acesso em: 16 fevereiro 2014.

*INTERNATIONAL INTEGRATED REPORTING COUNCIL*. Disponível em: <<http://www.theiirc.org/>>. Acesso em: 15 dezembro 2013.

IIRC - Corporate Reporting Dialogue Launched, Responding to Calls For Alignment In Corporate Reporting. Disponível em: <<http://www.theiirc.org/2014/06/17/corporate-reporting-dialogue-launched-responding-to-calls-for-alignment-in-corporate-reporting/>>. Acesso em: 20 junho 2014.

KING, M. E. *Building the business case for integrated reporting IIRC*. 2012. Disponível em: <<http://www.theiirc.org/resources-2/other-publications/building-the-business-case-for-integrated-reporting/>>. Acesso em: 10 janeiro 2014.

KOLK, A. Sustainability, *accountability* and corporate governance: exploring multinationals' reporting practices. *Business Strategy and the Environment*, v. 17, n. 1, p. 1-15, 2008.

KOLK, A. Trends in sustainability reporting by the fortune global 250. *Business Strategy and the Environment*. v.12, n.5, p. 279-291, 2003.

KIDD, C. V. The evolution of sustainability. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*v.5, n.1, p.1-26, 992.

LEMONS, 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-Polytechnical Studies Review*, v.7, n. 12, p. 145-175, 2009.

LEVY, D. L.; SZEJNWALD, H.; JONG, B. M. The Contested Politics of Corporate Governance The Case of the *Global Reporting Initiative*. *Business & Society*, v. 49, n. 1, p. 88-115, 2010.

LODHIA, S. Exploring the Transition to Integrated Reporting Through a Practice Lens: An Australian Customer Owned Bank Perspective. *Journal of Business Ethics*. p.1-14, 2014

LOPES, V. S. C. *As relações públicas como gestor da imagem e a importância da mensuração dos resultados em comunicação corporativa*. São Paulo: Organicom, n. 2, p. 70-95, 2005

LO, S. F.; SHEU, H. J. Is Corporate Sustainability a Value-Increasing Strategy for Business?. *Corporate Governance: An International Review*, v. 15, n. 2, p. 345-358, 2007.

MARQUES, T. O.; SCHULTZ, C. A. Variáveis que influenciam o nível de evidenciação dos instrumentos financeiros das companhias do setor da construção civil. In: 12º CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 2012. São Paulo.

MARTINS, O. S.; MONTE, P. A. Variáveis que explicam os desempenhos acadêmico e profissional Dos mestres em contabilidade do programa multiinstitucional Unb/ufpb/ufrr. *Revista Universo Contábil*. FURB: Blumenau, v. 7, n. 1, p. 68-87, 2011.

MARTINS, G. A. *Manual para elaboração de monografias e dissertações*. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2013.

MATHEWS, M. R. Twenty-five years of social and environmental accounting research: is there a silver jubilee to celebrate?. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, v. 10, n. 4, p. 481-531, 1997.

MEBRATU, D. Sustainability and sustainable development: historical and conceptual review. *Environmental impact assessment review*, v. 18, n. 6, p. 493-520, 1998.

MEBRATU, D. Sustainability and sustainable development: Historical and Conceptual Review. *ENVIRON IMPACT ASSES REV*, v. 18, p.493-520, 1998.

MOLDAN, B.; DAHL, A. L. Challenges to Sustainability Indicators. In: HÁK, T. MOLDAN, B.; DAHL, A. L. *Sustainability Indicators – a scientific assessment*. Scientific Committee on Problems of the Environment, of the International Council for Science. Washington D.C., 2009.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/cidades-sustentaveis/residuos-solidos/politica-nacional-de-residuos-solidos>>. Acesso em: 20 fevereiro 2014.

MEADOWS, D. *Indicators and informations systems for sustainable development*. Hartland Four Corners: The Sustainability Institute, 1988.

NOSSA, V. *Disclosure ambiental: uma análise do conteúdo dos relatórios ambientais de empresas do setor de papel e celulose em nível internacional*. 2002. Tese (Doutorado em Controladoria e Contabilidade: Contabilidade) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-21122005-101506/>>. Acesso em 15 janeiro 2014.

PEREZ JUNIOR, J.H.; OLIVIERI NETO, R.; SILVA, C.A.S. (2014). Relatório Integrado – Integração entre as informações financeiras, de sustentabilidade e de governança em relatórios corporativos. 1 ed. Ed. Atlas.2014.

PORTER, M. E.; KRAMER, M. R. Strategy & Society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Havard Business Review*, v. 84, n.12, p. 76-92, 2006.

REINA, D.; MIGUEL, J. J.; TASCA, T. A., REINA, D. R. M. Evidenciação do capital intelectual em empresas do setor de tecnologia da informação e do setor de telecomunicações listadas na BM&FBovespa nos anos de 2007 a 2009. *Enfoque: Reflexão Contábil*. v.30, n.1, p. 63-82, 2011.

SADLER, D.; LOYD, S. Neo-liberalising corporate social responsibility: a political economy of corporate citizenship. *Geoforum*, Department of Geography, University of Liverpool, UK, v. 40, n. 4, p. 613-622, jul. 2009.

SACHS, I. *Desenvolvimento includente, sustentável sustentado*. Editora Garamond Ltda.: Rio de Janeiro, 2004.

\_\_\_\_\_. *Caminhos para o desenvolvimento sustentável*. Rio de Janeiro: Garamond, 2002.

SALOMONE, R.; GALLUCCIO, G.. Environmental issues and financial reporting trends: a survey in the chemical and oil & gas industries. Working Paper. Fondazione Eni Enrico Mattei. Nota di lavoro v.32, 2001. Disponível em: <[http://www.feem.it/web/attiv/\\_wp.html](http://www.feem.it/web/attiv/_wp.html)>. Acesso em: 14 fevereiro 2014.

SANCHEZ, I. M. G.; ARIZA, L. R.; ACEITUNO, J. V. F. The cultural system and integrated reporting International. *Business Review*. v.22 , p. 828-838, 2013.

SOUZA, N. M. O. *A sustentabilidade empresarial das vinícolas do Vale do São Francisco*. 2012. Dissertação (Mestrado em Administração) - UFPE, Recife, 2012.

SIERRA, M.; ROJO, A. La revelación de información sobre activos intangibles en la gran empresa española: un estudio empírico. X Encuentro de Profesores Universitarios de Contabilidad-ASEPUC. Santiago de Compostela, 2002.

THEÓPHILO, C.R.; MARTINS, G.A. *Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas*. 2 ed. São Paulo: Ed. Atlas, 2009

TREGIDGA, H.; MILNE, M.; KEARINS, K.. (Re)presenting ‘sustainable organizations’. *Accounting, Organizations and Society*, v. 39, p. 477–494, 2014.

UNITED NATIONS. The future we want. *Conference on Sustainable Development*. Rio de Janeiro, 2012, 53f.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME. (2006). Tomorrow’s Value: The Global Reporters 2006 – Survey of Corporate Sustainability Reporting. Disponível em: <<http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/WEBx0121xPA-TomorrowsValue.pdf>>. Acesso em: 10 janeiro 2014.

\_\_\_\_\_. Agenda 21 (Conference on Environment and Development). Geneva: United Nations, 1992, 510f.

VEIGA, J. E. *Desenvolvimento sustentável: o desafio do século XXI*. 3 ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2008.

VALOR, C. Corporate social responsibility and corporate citizenship: towards corporate accountability. *Business and Society Review*, v. 110, n. 2, p. 127-212, 2005.

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

VAN MARREWIJK, M. Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, v. 44, n. 2/3, p. 95-105, 2003.

VILLIERS, C. RINALDI, L. UNERMAN, J. Integrated Reporting: Insights, gaps and an agenda for future research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. v.27, n.7, p. 1042-1067, 2014.

WILSON, M. Corporate Sustainability: what it is and where does it come from?. *Ivey Business Journal*, March/April, 2003.

WANDERLEY, L. S. O. ; COLLIER, J. Responsabilidade social das empresas: na busca de referencial teórico. *Revista da Angrad*, v. 01, n. 2, p. 40-51, 2000.

WCED. *Our common future*. Oxford and New York: Oxford University Press, 1987.

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

## APÊNDICE A – Parâmetros de Classificação (Boa) do Indicador

### Checklist- Indicadores-chaves dos Capitais – Classificação “BOA”

| <b>IDICCN -Capital Natural</b>  | <b>Parâmetros considerados</b>  |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Emissão de CO2</li> <li>▪ Consumo de energia por Fonte de energia</li> <li>▪ Quantidade de resíduos</li> <li>▪ Acidentes ambientais</li> <li>▪ Resíduos reciclados</li> <li>▪ Investimentos em proteção ambiental</li> <li>▪ Animais adquiridos para testes</li> </ul>   | <p>Diminuição geral comparativo ou descritivo</p> <p>Diminuição geral comparativo ou descritivo</p> <p>Diminuição geral comparativo ou descritivo</p> <p>Descrição que não houve o evento</p> <p>Aumento geral comparativo ou descritivo</p> <p>Aumento geral comparativo ou descritivo</p> <p>Descrição que não houve o teste</p>  |
| <b>IDICCH -Capital Humano</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Número de funcionários</li> <li>▪ Diversidade</li> <li>▪ Total investido em treinamento</li> <li>▪ Funcionários em aprendizagem eletrônica corporativa</li> <li>▪ Média de idade</li> <li>▪ Média de dias de treinamento por funcionário</li> <li>▪ Resultado da pesquisa com funcionários</li> <li>▪ Acidentes com lesão por milhões de horas trabalhadas</li> <li>▪ Taxa de absenteísmo</li> <li>▪ Taxa de demissão</li> <li>▪ Relação de salário mínimo</li> </ul>                              | <p>Aumento no número de funcionários</p> <p>Considerar neutra por complexidade da temática</p> <p>Aumento geral comparativo ou descritivo</p> <p>Considerar neutra por complexidade da temática</p> <p>Considerar neutra por complexidade da temática</p> <p>Aumento geral comparativo ou descritivo</p> <p>Aumento no grau de satisfação</p> <p>Diminuição geral comparativo ou descritivo</p> <p>Diminuição geral comparativo ou descritivo</p> <p>Diminuição da taxa</p> <p>Igual ou maior</p> |
| <b>IDICCSR -Capital Social e de Relacionamento</b>  |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”</li> <li>▪ Número de voluntários</li> <li>▪ Reclamações trabalhistas / Processos</li> <li>▪ Envolvimento em ações sociais</li> <li>▪ Envolvimento em projetos culturais</li> <li>▪ Índice de satisfação do cliente</li> <li>▪ Provisão para projetos sociais</li> <li>▪ “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)</li> </ul>   | <p>Menção de reconhecimento</p> <p>Aumento geral comparativo ou descritivo</p> <p>Diminuição geral comparativo ou descritivo</p> <p>Se citar no mínimo envolvimento</p> <p>Se citar no mínimo envolvimento</p> <p>Acima de 50%, ou elevação do Índice.</p> <p>Aumento geral comparativo ou descritivo</p> <p>Aumento comparativo ou descritivo;</p>   |
| <b>IDICCI - Capital Intelectual</b>   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Número de patentes requeridas</li> <li>▪ Dinheiro gasto em P&amp;D</li> <li>▪ Número de testes com nova tecnologia</li> <li>▪ Reconhecimento da marca</li> <li>○ <b>Outros itens que podem incluir:</b></li> <li>▪ número de novos produtos desenvolvidos;</li> <li>▪ despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização;</li> <li>▪ despesas com o desenvolvimento de softwares para sistemas internos;</li> <li>▪ vendas geradas por produtos originados de P&amp;D.</li> </ul> | <p>Considerar neutra por complexidade da temática</p>   |

Fonte: Relato Integrado (2013c,p. 21)

## APÊNDICE B - Parâmetros de Classificação (Ruim) do Indicador

### Checklist- Indicadores-chaves dos Capitais – Classificação “RUIM”

| <b>IDICCN -Capital Natural</b>   | <b>Parâmetros</b>  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Emissão de CO2</li> <li>▪ Consumo de energia por Fonte de energia</li> <li>▪ Quantidade de resíduos</li> <li>▪ Acidentes ambientais</li> <li>▪ Resíduos reciclados</li> <li>▪ Investimentos em proteção ambiental</li> <li>▪ Animais adquiridos para testes</li> </ul>  | Diminuição geral comparativo ou descritivo<br>Diminuição geral comparativo ou descritivo<br>Diminuição geral comparativo ou descritivo<br>Descrição que não houve o evento<br>Diminuição geral comparativo ou descritivo<br>Diminuição geral comparativo ou descritivo<br>Descrição houve o teste  |
| <b>IDICCH -Capital Humano</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Número de funcionários</li> <li>▪ Diversidade</li> <li>▪ Total investido em treinamento</li> <li>▪ Funcionários em aprendizagem eletrônica corporativa</li> <li>▪ Média de idade</li> <li>▪ Média de dias de treinamento por funcionário</li> <li>▪ Resultado da pesquisa com funcionários</li> <li>▪ Acidentes com lesão por milhões de horas trabalhadas</li> <li>▪ Taxa de absenteísmo</li> <li>▪ Taxa de demissão</li> <li>▪ Relação de salário mínimo</li> </ul>   | Diminuição no número de funcionários<br>Considerar neutra por complexidade da temática<br>Diminuição geral comparativo ou descritivo<br>Considerar neutra por complexidade da temática<br>Considerar neutra por complexidade da temática<br>Diminuição geral comparativo ou descritivo<br>Diminuição no grau de satisfação<br>Aumento geral comparativo ou descritivo<br>Aumento geral comparativo ou descritivo<br>Aumento da taxa<br>Menor |
| <b>IDICCSR -Capital Social e de Relacionamento</b>   |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ranking de “Excelente lugar para trabalhar”</li> <li>▪ Número de voluntários</li> <li>▪ Reclamações trabalhistas / Processos</li> <li>▪ Envolvimento em ações sociais</li> <li>▪ Envolvimento em projetos culturais</li> <li>▪ Índice de satisfação do cliente</li> <li>▪ Provisão para projetos sociais</li> <li>▪ “Investimento social” (dinheiro gasto em filantropia)</li> </ul>  | Considerar neutra<br>Diminuição geral comparativo ou descritivo<br>Aumento geral comparativo ou descritivo<br>Considerar neutra<br>Considerar neutra<br>Abaixo de 50%, ou elevação do Índice.<br>Diminuição geral comparativo ou descritivo<br>Diminuição comparativo ou descritivo;   |
| <b>IDICCI - Capital Intelectual</b>  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Número de patentes requeridas</li> <li>▪ Dinheiro gasto em P&amp;D</li> <li>▪ Número de testes com nova tecnologia</li> <li>▪ Reconhecimento da marca</li> </ul> <p><b>Outros itens que podem incluir:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ número de novos produtos desenvolvidos;</li> <li>▪ despesas com o desenvolvimento de mudanças/processos da organização;</li> <li>▪ despesas com o desenvolvimento de softwares para sistemas internos;</li> <li>▪ vendas geradas por produtos originados de P&amp;D.</li> </ul> | Considerar neutra por complexidade da temática<br>Considerar neutra por complexidade da temática                                 |

Fonte: Relato Integrado (2013c,p. 21)

### APÊNDICE C – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Natural

| Nº | Empresa                                  | Setor                           | IDCN |
|----|--|---------------------------------|------|
| 1  | NATURA COSMETICOS S.A.                   | Consumo não Cíclico             | 1,00 |
| 2  | ALL AMERICA LATINA LOGISTICA S.A.        | Construção e Transporte         | 0,86 |
| 3  | BRF S.A.                                 | Consumo não Cíclico             | 0,86 |
| 4  | COSAN S.A. INDUSTRIA E COMERCIO          | Consumo não Cíclico             | 0,86 |
| 5  | CPFL ENERGIAS RENOVÁVEIS S.A.            | Utilidade Pública               | 0,86 |
| 6  | DURATEX S.A.                             | Materiais Básicos               | 0,86 |
| 7  | EDP - ENERGIAS DO BRASIL S.A.            | Utilidade Pública               | 0,86 |
| 8  | FERTILIZANTES HERINGER S.A.              | Materiais Básicos               | 0,86 |
| 9  | LOJAS RENNER S.A.                        | Consumo Cíclico                 | 0,86 |
| 10 | BCO BRASIL S.A.                          | Financeiro e Outros             | 0,71 |
| 11 | BIOSEV S.A.                              | Consumo não Cíclico             | 0,71 |
| 12 | EMBRAER S.A.                             | Bens Industriais                | 0,71 |
| 13 | EVEN CONSTRUTORA E INCORP.S.A.           | Construção e Transporte         | 0,71 |
| 14 | FIBRIA CELULOSE S.A.                     | Materiais Básicos               | 0,71 |
| 15 | FLEURY S.A.                              | Consumo não Cíclico             | 0,71 |
| 16 | JBS S.A.                                 | Consumo não Cíclico             | 0,71 |
| 17 | JSL S.A.                                 | Construção e Transporte         | 0,71 |
| 18 | LIGHT S.A.                               | Utilidade Pública               | 0,71 |
| 19 | MARFRIG GLOBAL FOODS S.A.                | Consumo não Cíclico             | 0,71 |
| 20 | MINERVA S.A.                             | Consumo não Cíclico             | 0,71 |
| 21 | POSITIVO INFORMATICA S.A.                | Tecnologia da Informação        | 0,71 |
| 22 | QGEP PARTICIPAÇÕES S.A.                  | Petróleo, Gás e Biocombustíveis | 0,71 |
| 23 | TIM PARTICIPACOES S.A.                   | Telecomunicações                | 0,71 |
| 24 | TPI - TRIUNFO PARTICIP. E INVEST. S.A.   | Construção e Transporte         | 0,71 |
| 25 | TRACTEBEL ENERGIA S.A.                   | Utilidade Pública               | 0,71 |
| 26 | BMFBOVESPA S.A.                          | Financeiro e Outros             | 0,57 |
| 27 | CCR S.A.                                 | Construção e Transporte         | 0,57 |
| 28 | DIAGNOSTICOS DA AMERICA S.A.             | Consumo não Cíclico             | 0,57 |
| 29 | ETERNIT S.A.                             | Construção e Transporte         | 0,57 |
| 30 | INDUSTRIAS ROMI S.A.                     | Bens Industriais                | 0,57 |
| 31 | PARANAPANEMA S.A.                        | Materiais Básicos               | 0,57 |
| 32 | SAO MARTINHO S.A.                        | Consumo não Cíclico             | 0,57 |
| 33 | TECNISA S.A.                             | Construção e Transporte         | 0,57 |
| 34 | CIA SANEAMENTO BASICO EST SAO PAULO      | Utilidade Pública               | 0,43 |
| 35 | CIA SANEAMENTO DE MINAS GERAIS-COPASA MG | Utilidade Pública               | 0,43 |
| 36 | CPFL ENERGIA S.A.                        | Utilidade Pública               | 0,43 |
| 37 | ESTACIO PARTICIPACOES S.A.               | Consumo Cíclico                 | 0,43 |
| 38 | TEREOS INTERNACIONAL S.A.                | Consumo não Cíclico             | 0,43 |
| 39 | ALIANSCS SHOPPING CENTERS S.A.           | Financeiro e Outros             | 0,29 |
| 40 | B2W - COMPANHIA DIGITAL                  | Consumo Cíclico                 | 0,29 |

|    |  |                          |      |
|----|--|--------------------------|------|
| 41 | CIA HERING   | Consumo Cíclico          | 0,29 |
| 42 | HYPERMARCAS S.A.                                   | Consumo não Cíclico      | 0,29 |
| 43 | MAGAZINE LUIZA S.A.                                | Consumo Cíclico          | 0,29 |
| 44 | MRV ENGENHARIA E PARTICIPACOES S.A.                | Construção e Transporte  | 0,29 |
| 45 | PORTO SEGURO S.A.                                  | Financeiro e Outros      | 0,29 |
| 46 | ULTRAPAR PARTICIPACOES S.A.                        | Financeiro e Outros      | 0,29 |
| 47 | VALID SOLUÇÕES E SERV. SEG. MEIOS PAG. IDENT. S.A. | Bens Industriais         | 0,29 |
| 48 | PORTOBELLO S.A.                                    | Construção e Transporte  | 0,14 |
| 49 | SLC AGRICOLA S.A.                                  | Consumo não Cíclico      | 0,14 |
| 50 | WEG S.A.   | Bens Industriais         | 0,14 |
| 51 | AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.                   | Consumo Cíclico          | 0,00 |
| 52 | BEMATECH S.A.                                      | Tecnologia da Informação | 0,00 |
| 53 | BHG S.A. - BRAZIL HOSPITALITY GROUP                | Consumo Cíclico          | 0,00 |
| 54 | BR MALLS PARTICIPACOES S.A.                        | Financeiro e Outros      | 0,00 |
| 55 | BRASIL PHARMA S.A.                                 | Consumo não Cíclico      | 0,00 |
| 56 | CETIP S.A. - MERCADOS ORGANIZADOS                  | Financeiro e Outros      | 0,00 |
| 57 | CYRELA BRAZIL REALTY S.A.EMPREEND E PART           | Construção e Transporte  | 0,00 |
| 58 | CYRELA COMMERCIAL PROPERT S.A. EMPR PART           | Construção e Transporte  | 0,00 |
| 59 | GRENDENE S.A.                                      | Consumo Cíclico          | 0,00 |
| 60 | MAHLE-METAL LEVE S.A.                              | Bens Industriais         | 0,00 |
| 61 | MULTIPLUS S.A.                                     | Consumo Cíclico          | 0,00 |
| 62 | PROFARMA DISTRIB PROD FARMACEUTICOS S.A.           | Consumo não Cíclico      | 0,00 |
| 63 | SAO CARLOS EMPREEND E PARTICIPACOES S.A.           | Financeiro e Outros      | 0,00 |

## APÊNDICE D – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Humano

| Nº | Empresa  | Setor                           | IDCH |
|----|--|---------------------------------|------|
| 1  | LOJAS RENNER S.A.                                  | Consumo Cíclico                 | 0,91 |
| 2  | NATURA COSMETICOS S.A.                             | Consumo não Cíclico             | 0,91 |
| 3  | TRACTEBEL ENERGIA S.A.                             | Utilidade Pública               | 0,91 |
| 4  | BCO BRASIL S.A.                                    | Financeiro e Outros             | 0,82 |
| 5  | COSAN S.A. INDUSTRIA E COMERCIO                    | Consumo não Cíclico             | 0,82 |
| 6  | CPFL ENERGIA S.A.                                  | Utilidade Pública               | 0,82 |
| 7  | DURATEX S.A.                                       | Materiais Básicos               | 0,82 |
| 8  | EDP - ENERGIAS DO BRASIL S.A.                      | Utilidade Pública               | 0,82 |
| 9  | EMBRAER S.A.                                       | Bens Industriais                | 0,82 |
| 10 | FLEURY S.A.  | Consumo não Cíclico             | 0,82 |
| 11 | LIGHT S.A.   | Utilidade Pública               | 0,82 |
| 12 | TIM PARTICIPACOES S.A.                             | Telecomunicações                | 0,82 |
| 13 | BMFBOVESPA S.A.                                    | Financeiro e Outros             | 0,73 |
| 14 | CCR S.A.   | Construção e Transporte         | 0,73 |
| 15 | CIA SANEAMENTO DE MINAS GERAIS-COPASA MG           | Utilidade Pública               | 0,73 |
| 16 | MAGAZINE LUIZA S.A.                                | Consumo Cíclico                 | 0,73 |
| 17 | POSITIVO INFORMATICA S.A.                          | Tecnologia da Informação        | 0,73 |
| 18 | ALL AMERICA LATINA LOGISTICA S.A.                  | Construção e Transporte         | 0,64 |
| 19 | BRF S.A.   | Consumo não Cíclico             | 0,64 |
| 20 | CIA SANEAMENTO BASICO EST SAO PAULO                | Utilidade Pública               | 0,64 |
| 21 | CPFL ENERGIAS RENOVÁVEIS S.A.                      | Utilidade Pública               | 0,64 |
| 22 | ETERNIT S.A.                                       | Construção e Transporte         | 0,64 |
| 23 | INDUSTRIAS ROMI S.A.                               | Bens Industriais                | 0,64 |
| 24 | MINERVA S.A.                                       | Consumo não Cíclico             | 0,64 |
| 25 | FIBRIA CELULOSE S.A.                               | Materiais Básicos               | 0,55 |
| 26 | MARFRIG GLOBAL FOODS S.A.                          | Consumo não Cíclico             | 0,55 |
| 27 | MRV ENGENHARIA E PARTICIPACOES S.A.                | Construção e Transporte         | 0,55 |
| 28 | QGEP PARTICIPAÇÕES S.A.                            | Petróleo, Gás e Biocombustíveis | 0,55 |
| 29 | TPI - TRIUNFO PARTICIP. E INVEST. S.A.             | Construção e Transporte         | 0,55 |
| 30 | VALID SOLUÇÕES E SERV. SEG. MEIOS PAG. IDENT. S.A. | Bens Industriais                | 0,55 |
| 31 | CIA HERING   | Consumo Cíclico                 | 0,45 |
| 32 | CYRELA BRAZIL REALTY S.A.EMPREENDE E PART          | Construção e Transporte         | 0,45 |
| 33 | DIAGNOSTICOS DA AMERICA S.A.                       | Consumo não Cíclico             | 0,45 |
| 34 | ESTACIO PARTICIPACOES S.A.                         | Consumo Cíclico                 | 0,45 |
| 35 | EVEN CONSTRUTORA E INCORP.S.A.                     | Construção e Transporte         | 0,45 |
| 36 | FERTILIZANTES HERINGER S.A.                        | Materiais Básicos               | 0,45 |
| 37 | JSL S.A.   | Construção e Transporte         | 0,45 |
| 38 | MAHLE-METAL LEVE S.A.                              | Bens Industriais                | 0,45 |
| 39 | PARANAPANEMA S.A.                                  | Materiais Básicos               | 0,45 |
| 40 | PORTOBELLO S.A.                                    | Construção e Transporte         | 0,45 |

|    |   |                          |      |
|----|---|--------------------------|------|
| 41 | SAO MARTINHO S.A.                         | Consumo não Cíclico      | 0,45 |
| 42 | TECNISA S.A.                              | Construção e Transporte  | 0,45 |
| 43 | BIOSEV S.A.                               | Consumo não Cíclico      | 0,36 |
| 44 | BRASIL PHARMA S.A.                        | Consumo não Cíclico      | 0,36 |
| 45 | JBS S.A.                                  | Consumo não Cíclico      | 0,36 |
| 46 | SAO CARLOS EMPREENDE E PARTICIPACOES S.A. | Financeiro e Outros      | 0,36 |
| 47 | WEG S.A.                                  | Bens Industriais         | 0,36 |
| 48 | B2W - COMPANHIA DIGITAL                   | Consumo Cíclico          | 0,27 |
| 49 | BEMATECH S.A.                             | Tecnologia da Informação | 0,27 |
| 50 | BHG S.A. - BRAZIL HOSPITALITY GROUP       | Consumo Cíclico          | 0,27 |
| 51 | SLC AGRICOLA S.A.                         | Consumo não Cíclico      | 0,27 |
| 52 | TEREOS INTERNACIONAL S.A.                 | Consumo não Cíclico      | 0,27 |
| 53 | ULTRAPAR PARTICIPACOES S.A.               | Financeiro e Outros      | 0,27 |
| 54 | AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.          | Consumo Cíclico          | 0,18 |
| 55 | CETIP S.A. - MERCADOS ORGANIZADOS         | Financeiro e Outros      | 0,18 |
| 56 | CYRELA COMMERCIAL PROPERT S.A. EMPR PART  | Construção e Transporte  | 0,18 |
| 57 | GRENDENE S.A.                             | Consumo Cíclico          | 0,18 |
| 58 | MULTIPLUS S.A.                            | Consumo Cíclico          | 0,18 |
| 59 | ALIANSCA SHOPPING CENTERS S.A.            | Financeiro e Outros      | 0,09 |
| 60 | BR MALLS PARTICIPACOES S.A.               | Financeiro e Outros      | 0,09 |
| 61 | HYPERMARCAS S.A.                          | Consumo não Cíclico      | 0,09 |
| 62 | PORTO SEGURO S.A.                         | Financeiro e Outros      | 0,09 |
| 63 | PROFARMA DISTRIB PROD FARMACEUTICOS S.A.  | Consumo não Cíclico      | 0,09 |

## APÊNDICE E – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Social e de Relacionamento

| Nº | Empresa  | Setor                    | IDCSR |
|----|--|--------------------------|-------|
| 1  | BRF S.A.   | Consumo não Cíclico      | 0,75  |
| 2  | CCR S.A.   | Construção e Transporte  | 0,75  |
| 3  | CIA SANEAMENTO BASICO EST SAO PAULO                | Utilidade Pública        | 0,75  |
| 4  | EDP - ENERGIAS DO BRASIL S.A.                      | Utilidade Pública        | 0,75  |
| 5  | ETERNIT S.A.                                       | Construção e Transporte  | 0,75  |
| 6  | FLEURY S.A.  | Consumo não Cíclico      | 0,75  |
| 7  | LIGHT S.A.   | Utilidade Pública        | 0,75  |
| 8  | LOJAS RENNER S.A.                                  | Consumo Cíclico          | 0,75  |
| 9  | MAGAZINE LUIZA S.A.                                | Consumo Cíclico          | 0,75  |
| 10 | NATURA COSMETICOS S.A.                             | Consumo não Cíclico      | 0,75  |
| 11 | POSITIVO INFORMATICA S.A.                          | Tecnologia da Informação | 0,75  |
| 12 | TIM PARTICIPACOES S.A.                             | Telecomunicações         | 0,75  |
| 13 | BCO BRASIL S.A.                                    | Financeiro e Outros      | 0,63  |
| 14 | BMFBOVESPA S.A.                                    | Financeiro e Outros      | 0,63  |
| 15 | CIA HERING   | Consumo Cíclico          | 0,63  |
| 16 | CPFL ENERGIA S.A.                                  | Utilidade Pública        | 0,63  |
| 17 | EMBRAER S.A.                                       | Bens Industriais         | 0,63  |
| 18 | EVEN CONSTRUTORA E INCORP.S.A.                     | Construção e Transporte  | 0,63  |
| 19 | JSL S.A.   | Construção e Transporte  | 0,63  |
| 20 | TRACTEBEL ENERGIA S.A.                             | Utilidade Pública        | 0,63  |
| 21 | ALL AMERICA LATINA LOGISTICA S.A.                  | Construção e Transporte  | 0,50  |
| 22 | AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.                   | Consumo Cíclico          | 0,50  |
| 23 | B2W - COMPANHIA DIGITAL                            | Consumo Cíclico          | 0,50  |
| 24 | COSAN S.A. INDUSTRIA E COMERCIO                    | Consumo não Cíclico      | 0,50  |
| 25 | CPFL ENERGIAS RENOVÁVEIS S.A.                      | Utilidade Pública        | 0,50  |
| 26 | DURATEX S.A.                                       | Materiais Básicos        | 0,50  |
| 27 | ESTACIO PARTICIPACOES S.A.                         | Consumo Cíclico          | 0,50  |
| 28 | MRV ENGENHARIA E PARTICIPACOES S.A.                | Construção e Transporte  | 0,50  |
| 29 | SLC AGRICOLA S.A.                                  | Consumo não Cíclico      | 0,50  |
| 30 | TECNISA S.A.                                       | Construção e Transporte  | 0,50  |
| 31 | TPI - TRIUNFO PARTICIP. E INVEST. S.A.             | Construção e Transporte  | 0,50  |
| 32 | VALID SOLUÇÕES E SERV. SEG. MEIOS PAG. IDENT. S.A. | Bens Industriais         | 0,50  |
| 33 | ALIANSCÉ SHOPPING CENTERS S.A.                     | Financeiro e Outros      | 0,38  |
| 34 | BHG S.A. - BRAZIL HOSPITALITY GROUP                | Consumo Cíclico          | 0,38  |
| 35 | BIOSEV S.A.  | Consumo não Cíclico      | 0,38  |
| 36 | CIA SANEAMENTO DE MINAS GERAIS-COPASA MG           | Utilidade Pública        | 0,38  |
| 37 | CYRELA BRAZIL REALTY S.A.EMPREENDE E PART          | Construção e Transporte  | 0,38  |
| 38 | FERTILIZANTES HERINGER S.A.                        | Materiais Básicos        | 0,38  |
| 39 | FIBRIA CELULOSE S.A.                               | Materiais Básicos        | 0,38  |

|    |   |                                 |      |
|----|---|---------------------------------|------|
| 40 | INDUSTRIAS ROMI S.A.                      | Bens Industriais                | 0,38 |
| 41 | MAHLE-METAL LEVE S.A.                     | Bens Industriais                | 0,38 |
| 42 | PORTO SEGURO S.A.                         | Financeiro e Outros             | 0,38 |
| 43 | PORTOBELLO S.A.                           | Construção e Transporte         | 0,38 |
| 44 | SAO MARTINHO S.A.                         | Consumo não Cíclico             | 0,38 |
| 45 | ULTRAPAR PARTICIPACOES S.A.               | Financeiro e Outros             | 0,38 |
| 46 | WEG S.A.                                  | Bens Industriais                | 0,38 |
| 47 | BRASIL PHARMA S.A.                        | Consumo não Cíclico             | 0,25 |
| 48 | DIAGNOSTICOS DA AMERICA S.A.              | Consumo não Cíclico             | 0,25 |
| 49 | HYPERMARCAS S.A.                          | Consumo não Cíclico             | 0,25 |
| 50 | JBS S.A.                                  | Consumo não Cíclico             | 0,25 |
| 51 | MARFRIG GLOBAL FOODS S.A.                 | Consumo não Cíclico             | 0,25 |
| 52 | PROFARMA DISTRIB PROD FARMACEUTICOS S.A.  | Consumo não Cíclico             | 0,25 |
| 53 | QGEP PARTICIPAÇÕES S.A.                   | Petróleo, Gás e Biocombustíveis | 0,25 |
| 54 | BEMATECH S.A.                             | Tecnologia da Informação        | 0,13 |
| 55 | BR MALLS PARTICIPACOES S.A.               | Financeiro e Outros             | 0,13 |
| 56 | MINERVA S.A.                              | Consumo não Cíclico             | 0,13 |
| 57 | PARANAPANEMA S.A.                         | Materiais Básicos               | 0,13 |
| 58 | TEREOS INTERNACIONAL S.A.                 | Consumo não Cíclico             | 0,13 |
| 59 | CETIP S.A. - MERCADOS ORGANIZADOS         | Financeiro e Outros             | 0,00 |
| 60 | CYRELA COMMERCIAL PROPERT S.A. EMPR PART  | Construção e Transporte         | 0,00 |
| 61 | GRENDENE S.A.                             | Consumo Cíclico                 | 0,00 |
| 62 | MULTIPLUS S.A.                            | Consumo Cíclico                 | 0,00 |
| 63 | SAO CARLOS EMPREENDE E PARTICIPACOES S.A. | Financeiro e Outros             | 0,00 |

## APÊNDICE F - – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Intelectual

| Nº | Empresa                                  | Setor                           | IDCI |
|----|--|---------------------------------|------|
| 1  | EMBRAER S.A.                             | Bens Industriais                | 0,88 |
| 2  | CPFL ENERGIA S.A.                        | Utilidade Pública               | 0,75 |
| 3  | EDP - ENERGIAS DO BRASIL S.A.            | Utilidade Pública               | 0,75 |
| 4  | FLEURY S.A.                              | Consumo não Cíclico             | 0,75 |
| 5  | FIBRIA CELULOSE S.A.                     | Materiais Básicos               | 0,63 |
| 6  | HYPERMARCAS S.A.                         | Consumo não Cíclico             | 0,63 |
| 7  | POSITIVO INFORMATICA S.A.                | Tecnologia da Informação        | 0,63 |
| 8  | B2W - COMPANHIA DIGITAL                  | Consumo Cíclico                 | 0,50 |
| 9  | BCO BRASIL S.A.                          | Financeiro e Outros             | 0,50 |
| 10 | BEMATECH S.A.                            | Tecnologia da Informação        | 0,50 |
| 11 | BMFBOVESPA S.A.                          | Financeiro e Outros             | 0,50 |
| 12 | CIA SANEAMENTO BASICO EST SAO PAULO      | Consumo Cíclico                 | 0,50 |
| 13 | CIA SANEAMENTO DE MINAS GERAIS-COPASA MG | Utilidade Pública               | 0,50 |
| 14 | DURATEX S.A.                             | Materiais Básicos               | 0,50 |
| 15 | LIGHT S.A.                               | Utilidade Pública               | 0,50 |
| 16 | NATURA COSMETICOS S.A.                   | Consumo não Cíclico             | 0,50 |
| 17 | BRF S.A.                                 | Consumo não Cíclico             | 0,38 |
| 18 | COSAN S.A. INDUSTRIA E COMERCIO          | Consumo não Cíclico             | 0,38 |
| 19 | JBS S.A.                                 | Consumo não Cíclico             | 0,38 |
| 20 | MAHLE-METAL LEVE S.A.                    | Bens Industriais                | 0,38 |
| 21 | MARFRIG GLOBAL FOODS S.A.                | Consumo não Cíclico             | 0,38 |
| 22 | TECNISA S.A.                             | Construção e Transporte         | 0,38 |
| 23 | ALL AMERICA LATINA LOGISTICA S.A.        | Construção e Transporte         | 0,25 |
| 24 | AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.         | Consumo Cíclico                 | 0,25 |
| 25 | ESTACIO PARTICIPACOES S.A.               | Consumo Cíclico                 | 0,25 |
| 26 | ETERNIT S.A.                             | Construção e Transporte         | 0,25 |
| 27 | FERTILIZANTES HERINGER S.A.              | Materiais Básicos               | 0,25 |
| 28 | GRENDENE S.A.                            | Consumo Cíclico                 | 0,25 |
| 29 | INDUSTRIAS ROMI S.A.                     | Bens Industriais                | 0,25 |
| 30 | LOJAS RENNER S.A.                        | Consumo Cíclico                 | 0,25 |
| 31 | MAGAZINE LUIZA S.A.                      | Consumo Cíclico                 | 0,25 |
| 32 | MRV ENGENHARIA E PARTICIPACOES S.A.      | Construção e Transporte         | 0,25 |
| 33 | MULTIPLUS S.A.                           | Consumo Cíclico                 | 0,25 |
| 34 | QGEP PARTICIPAÇÕES S.A.                  | Petróleo, Gás e Biocombustíveis | 0,25 |
| 35 | TRACTEBEL ENERGIA S.A.                   | Utilidade Pública               | 0,25 |
| 36 | BHG S.A. - BRAZIL HOSPITALITY GROUP      | Consumo Cíclico                 | 0,13 |
| 37 | BIOSEV S.A.                              | Consumo não Cíclico             | 0,13 |
| 38 | BRASIL PHARMA S.A.                       | Consumo não Cíclico             | 0,13 |
| 39 | CCR S.A.                                 | Construção e Transporte         | 0,13 |
| 40 | CETIP S.A. - MERCADOS ORGANIZADOS        | Financeiro e Outros             | 0,13 |
| 41 | CIA HERING                               | Utilidade Pública               | 0,13 |

|    |  |                         |      |
|----|--|-------------------------|------|
| 42 | CPFL ENERGIAS RENOVÁVEIS S.A.                      | Utilidade Pública       | 0,13 |
| 43 | CYRELA BRAZIL REALTY S.A.EMPREEND E PART           | Construção e Transporte | 0,13 |
| 44 | DIAGNOSTICOS DA AMERICA S.A.                       | Consumo não Cíclico     | 0,13 |
| 45 | EVEN CONSTRUTORA E INCORP.S.A.                     | Construção e Transporte | 0,13 |
| 46 | MINERVA S.A.                                       | Consumo não Cíclico     | 0,13 |
| 47 | PORTO SEGURO S.A.                                  | Financeiro e Outros     | 0,13 |
| 48 | PORTOBELLO S.A.                                    | Construção e Transporte | 0,13 |
| 49 | PROFARMA DISTRIB PROD FARMACEUTICOS S.A.           | Consumo não Cíclico     | 0,13 |
| 50 | SAO CARLOS EMPREEND E PARTICIPACOES S.A.           | Financeiro e Outros     | 0,13 |
| 51 | TIM PARTICIPACOES S.A.                             | Telecomunicações        | 0,13 |
| 52 | ULTRAPAR PARTICIPACOES S.A.                        | Financeiro e Outros     | 0,13 |
| 53 | VALID SOLUÇÕES E SERV. SEG. MEIOS PAG. IDENT. S.A. | Bens Industriais        | 0,13 |
| 54 | WEG S.A.   | Bens Industriais        | 0,13 |
| 55 | ALIANSCCE SHOPPING CENTERS S.A.                    | Financeiro e Outros     | 0,00 |
| 56 | BR MALLS PARTICIPACOES S.A.                        | Financeiro e Outros     | 0,00 |
| 57 | CYRELA COMMERCIAL PROPERT S.A. EMPR PART           | Construção e Transporte | 0,00 |
| 58 | JSL S.A.   | Construção e Transporte | 0,00 |
| 59 | PARANAPANEMA S.A.                                  | Materiais Básicos       | 0,00 |
| 60 | SAO MARTINHO S.A.                                  | Consumo não Cíclico     | 0,00 |
| 61 | SLC AGRICOLA S.A.                                  | Consumo não Cíclico     | 0,00 |
| 62 | TEREOS INTERNACIONAL S.A.                          | Consumo não Cíclico     | 0,00 |
| 63 | TPI - TRIUNFO PARTICIP. E INVEST. S.A.             | Construção e Transporte | 0,00 |

## APÊNDICE G – Índice de Divulgação por Empresa – Capital Geral

| Nº | Empresa  | Setor                           | IDCG |
|----|--|---------------------------------|------|
| 1  | EDP - ENERGIAS DO BRASIL S.A.                      | Utilidade Pública               | 0,79 |
| 2  | NATURA COSMETICOS S.A.                             | Consumo não Cíclico             | 0,79 |
| 3  | EMBRAER S.A.                                       | Bens Industriais                | 0,76 |
| 4  | FLEURY S.A.  | Consumo não Cíclico             | 0,76 |
| 5  | LIGHT S.A.   | Utilidade Pública               | 0,71 |
| 6  | LOJAS RENNER S.A.                                  | Consumo Cíclico                 | 0,71 |
| 7  | POSITIVO INFORMATICA S.A.                          | Tecnologia da Informação        | 0,71 |
| 8  | BCO BRASIL S.A.                                    | Financeiro e Outros             | 0,68 |
| 9  | CPFL ENERGIA S.A.                                  | Utilidade Pública               | 0,68 |
| 10 | DURATEX S.A.                                       | Materiais Básicos               | 0,68 |
| 11 | BRF S.A.   | Consumo não Cíclico             | 0,65 |
| 12 | COSAN S.A. INDUSTRIA E COMERCIO                    | Consumo não Cíclico             | 0,65 |
| 13 | TRACTEBEL ENERGIA S.A.                             | Utilidade Pública               | 0,65 |
| 14 | BMFBOVESPA S.A.                                    | Financeiro e Outros             | 0,62 |
| 15 | TIM PARTICIPACOES S.A.                             | Telecomunicações                | 0,62 |
| 16 | CIA SANEAMENTO BASICO EST SAO PAULO                | Consumo Cíclico                 | 0,59 |
| 17 | ALL AMERICA LATINA LOGISTICA S.A.                  | Construção e Transporte         | 0,56 |
| 18 | CCR S.A.   | Construção e Transporte         | 0,56 |
| 19 | ETERNIT S.A.                                       | Construção e Transporte         | 0,56 |
| 20 | FIBRIA CELULOSE S.A.                               | Materiais Básicos               | 0,56 |
| 21 | CIA SANEAMENTO DE MINAS GERAIS-COPASA MG           | Utilidade Pública               | 0,53 |
| 22 | CPFL ENERGIAS RENOVÁVEIS S.A.                      | Utilidade Pública               | 0,53 |
| 23 | MAGAZINE LUIZA S.A.                                | Consumo Cíclico                 | 0,53 |
| 24 | EVEN CONSTRUTORA E INCORP.S.A.                     | Construção e Transporte         | 0,47 |
| 25 | FERTILIZANTES HERINGER S.A.                        | Materiais Básicos               | 0,47 |
| 26 | INDUSTRIAS ROMI S.A.                               | Bens Industriais                | 0,47 |
| 27 | MARFRIG GLOBAL FOODS S.A.                          | Consumo não Cíclico             | 0,47 |
| 28 | TECNISA S.A.                                       | Construção e Transporte         | 0,47 |
| 29 | JSL S.A.   | Construção e Transporte         | 0,44 |
| 30 | QGEP PARTICIPAÇÕES S.A.                            | Petróleo, Gás e Biocombustíveis | 0,44 |
| 31 | TPI - TRIUNFO PARTICIP. E INVEST. S.A.             | Construção e Transporte         | 0,44 |
| 32 | ESTACIO PARTICIPACOES S.A.                         | Consumo Cíclico                 | 0,41 |
| 33 | JBS S.A.   | Consumo não Cíclico             | 0,41 |
| 34 | MINERVA S.A.                                       | Consumo não Cíclico             | 0,41 |
| 35 | MRV ENGENHARIA E PARTICIPACOES S.A.                | Construção e Transporte         | 0,41 |
| 36 | B2W - COMPANHIA DIGITAL                            | Consumo Cíclico                 | 0,38 |
| 37 | BIOSEV S.A.  | Consumo não Cíclico             | 0,38 |
| 38 | CIA HERING   | Utilidade Pública               | 0,38 |
| 39 | VALID SOLUÇÕES E SERV. SEG. MEIOS PAG. IDENT. S.A. | Bens Industriais                | 0,38 |
| 40 | DIAGNOSTICOS DA AMERICA S.A.                       | Consumo não Cíclico             | 0,35 |
| 41 | SAO MARTINHO S.A.                                  | Consumo não Cíclico             | 0,35 |

|    |   |                          |      |
|----|---|--------------------------|------|
| 42 | MAHLE-METAL LEVE S.A.                     | Bens Industriais         | 0,32 |
| 43 | HYPERMARCAS S.A.                          | Consumo não Cíclico      | 0,29 |
| 44 | PARANAPANEMA S.A.                         | Materiais Básicos        | 0,29 |
| 45 | PORTOBELLO S.A.                           | Construção e Transporte  | 0,29 |
| 46 | CYRELA BRAZIL REALTY S.A.EMPREENDE E PART | Construção e Transporte  | 0,26 |
| 47 | ULTRAPAR PARTICIPACOES S.A.               | Financeiro e Outros      | 0,26 |
| 48 | WEG S.A.                                  | Bens Industriais         | 0,26 |
| 49 | AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.          | Consumo Cíclico          | 0,24 |
| 50 | BEMATECH S.A.                             | Tecnologia da Informação | 0,24 |
| 51 | SLC AGRICOLA S.A.                         | Consumo não Cíclico      | 0,24 |
| 52 | BHG S.A. - BRAZIL HOSPITALITY GROUP       | Consumo Cíclico          | 0,21 |
| 53 | BRASIL PHARMA S.A.                        | Consumo não Cíclico      | 0,21 |
| 54 | PORTO SEGURO S.A.                         | Financeiro e Outros      | 0,21 |
| 55 | TEREOS INTERNACIONAL S.A.                 | Consumo não Cíclico      | 0,21 |
| 56 | ALIANSCA SHOPPING CENTERS S.A.            | Financeiro e Outros      | 0,18 |
| 57 | SAO CARLOS EMPREENDE E PARTICIPACOES S.A. | Financeiro e Outros      | 0,15 |
| 58 | GRENDENE S.A.                             | Consumo Cíclico          | 0,12 |
| 59 | MULTIPLUS S.A.                            | Consumo Cíclico          | 0,12 |
| 60 | PROFARMA DISTRIB PROD FARMACEUTICOS S.A.  | Consumo não Cíclico      | 0,12 |
| 61 | CETIP S.A. - MERCADOS ORGANIZADOS         | Financeiro e Outros      | 0,09 |
| 62 | BR MALLS PARTICIPACOES S.A.               | Financeiro e Outros      | 0,06 |
| 63 | CYRELA COMMERCIAL PROPERT S.A. EMPR PART  | Construção e Transporte  | 0,06 |