



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



Mercado interno (nacional) e externo (exportador): As empresas têm coerência no discurso em suas atitudes sustentáveis?

Thiago Santi

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

E-mail: thiagosanti88@gmail.com

Denize Demarche Minatti Ferreira

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

E-mail: denize.minatti@ufsc.br

Janáina da Silva Ferreira

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)

E-mail: janix_17@msn.com

Resumo

A extração de recursos naturais bem como o tratamento dado a eles tem causado prejuízos ambientais e, conseqüentemente, afetado o modo de vida das pessoas. Dessa forma, este estudo se propõe a analisar a coerência do discurso das 28 empresas listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da Brasil, Bolsa, Balcão [B]³ no ano de 2019. A metodologia proposta segrega a amostra em dois grupos de empresas, as que exportam e as que comercializam no mercado interno e aplica a análise de conteúdo (Bardin, 2011) no discurso das empresas e nas ações que declaram ser “sustentáveis” em seus documentos. Os achados evidenciaram que as empresas analisadas parecem transparecer serem sustentáveis e coerentes em seu discurso, além do que as exportadoras possuem mais coerência em suas respostas, pela declaração de suas iniciativas, como projetos sociais para a comunidade, além de medidas de controle e de conscientização para que sejam usados recursos naturais de uma forma racional. Ainda, os resultados contribuem para que os *stakeholders* possam ter melhor visão da coerência do discurso das empresas com as quais possuem ligação, além de saberem quais são as preocupações das mesmas com a sustentabilidade, seja para investidores, que buscam empresas comprometidas, clientes, para que saibam os impactos dos produtos consumidos e serviços prestados, além de outros diferentes públicos que se relacionam com as empresas.

Palavras-chave: ISE; Sustentabilidade; Medidas sustentáveis.

Linha Temática: Responsabilidade Social e Ambiental



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



1 Introdução

Após o período pós-guerra se observou crescente desgaste do meio ambiente, motivado principalmente pela industrialização acelerada, criando necessidade de controlar a utilização dos recursos ambientais (Molina, 2019). Durante a Conferência das Nações Unidas sobre o Ambiente Humano, em Estocolmo, na Suécia, no ano de 1972, iniciou a discussão sobre desenvolvimento sustentável (Kato, 2008), porém, o conceito começou a ter visibilidade após 1987 e ficou conhecido como aquele que não esgote os recursos, não comprometendo assim as próximas gerações (Colares, Bressan, Lamounier, & Borges, 2012).

Milani (2008) pontua que a partir do início do século XXI, as empresas começaram a informar a adoção de práticas sustentáveis que buscam atender aos interesses de seus *stakeholders*, que se importam com a causa social e ambiental, assim as empresas melhoram sua imagem e influenciam as decisões de consumidores, o que torna uma vantagem competitiva (Dias, Henkes, & Rossato, 2020; Rocha, Introvini, Caldana, Krauter, & Liboni, 2019). Uma das formas de destacar as empresas com perfil sustentável para o mercado de capitais, é inseri-las na carteira do ISE, que busca harmonizar investimentos com desenvolvimento sustentável demandado pela sociedade, além de incentivar atitudes éticas das mesmas (Pletsch, Brighenti, Silva, & Rosa, 2014).

As práticas sustentáveis das empresas podem ser evidenciadas por meio das tradicionais demonstrações financeiras ou também por meio de relatórios (Costa, 2012). Garcia e Orsato (2013), destacam que vem crescendo o número de empresas que divulgam relatórios de sustentabilidade de acordo com os padrões da *Global Reporting Initiative* (GRI).

Desenvolvimento sustentável não é somente sobre preservação ambiental, mas também aspectos sociais que proporcionem o bem-estar coletivo, sendo essencial para a continuidade da vida humana (Molina, 2019). Apesar disso, as empresas que se declaram sustentáveis estão se preocupando mais com a questão ambiental do que com as sociais, que deveriam ser incluídas nas políticas das empresas (Casagrande, Sauer, & Pereira, 2016). Apesar de não ser obrigatório, as empresas optam por divulgar dados relativos a questões ambientais para obterem uma vantagem competitiva (Ferreira, Rover, Ferreira, & Borba, 2016). Porém, as informações ambientais não são, necessariamente, auditadas, o que põe em dúvida a credibilidade das mesmas (Mussoi & Van Bellen, 2010).

As empresas têm procurado expressar as questões socioambientais e de governança a seus *stakeholders*, e uma das formas de fazê-lo é candidatando-se para participar da carteira do ISE, passando por criteriosa avaliação (Bertão, 2019) por meio de um questionário enviado pela [B]³ que envolve aspectos sociais, ambientais e econômico-financeiros, representando o tripé da sustentabilidade (B3, 2019).

Todas as empresas podem participar da seleção, as que atuam no mercado interno (nacional) e externo (exportador), nos quais é possível verificar atitudes sustentáveis das empresas, porém, de acordo com Teles, Dutra, Ribeiro e Guimarães (2013), as empresas que exportam possuem melhor desempenho socioambiental, fato que pode decorrer da questão da concorrência e da exigência do mercado externo. Apesar de empresas exportadoras se preocuparem mais com a sustentabilidade, a dimensão ambiental é determinante para a entrada dessas empresas em mercados internacionais, o que sugere que as empresas que exportam têm maior preocupação ambiental (Palma, Gomes, Kneipp, & Rosa, 2014; Flores & Gavronski, 2015).



ORGANIZAÇÃO



APOIO





100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress


7 a 9 de setembro



As empresas exportadoras vêm sendo atingidas pelas exigências de Padrões Voluntários de Sustentabilidade (PVS), as quais reduzem a competitividade das empresas que não as adotam e melhoram a visão internacional das empresas que as adotam visando melhorar seu desempenho social, ambiental e econômico. Além disso, tais padrões possibilitam às empresas não somente uma melhora na sua imagem, mas também em seus produtos, facilitando assim o acesso de empresas em novos mercados (Moreira, 2018).

Desta forma, emerge a questão da pesquisa: como se dá a coerência do discurso sobre sustentabilidade das empresas que exportam e das que comercializam no mercado nacional? Como objetivo, esta pesquisa tem interesse em verificar a coerência do discurso sobre sustentabilidade das empresas que exportam e das que comercializam no mercado nacional.

A pesquisa se justifica pelo fato de investidores e consumidores se preocuparem em investir e serem clientes de empresas que possuam políticas de sustentabilidade na sua gestão, além de empresas exportadoras parecerem se preocupar mais com a sustentabilidade, porém algumas das informações não são, obrigatoriamente, auditadas, pondo em dúvida as mesmas (Dias et al., 2020; Rocha et al., 2019; Teles et al., 2013; Palma et al., 2014; Mussoi & Van Bellen, 2010).

Dessa forma, a presente pesquisa contribui para que os *stakeholders* avaliem se o que as empresas declaram nos questionários possui coerência, bem como quais são os aspectos em que as empresas são mais coerentes, em relação às empresas exportadoras e às participantes do mercado nacional. Assim, os *stakeholders* podem ter ampla visão de como é tratada a sustentabilidade por parte das empresas, visto que a pesquisa aborda o tema em seu sentido geral (social, ambiental e econômico-financeiro).

2 Referencial Teórico

2.1 Sustentabilidade Empresarial

O termo sustentabilidade ganhou visibilidade a partir de 1987, quando foi publicado, pela Organização das Nações Unidas (ONU), o Relatório *Brundtland*, assim, o conceito de sustentabilidade traz a ideia de desempenho financeiro respeitando a sociedade e o meio ambiente. Ser sustentável sob a perspectiva empresarial é obter lucros de modo que adicione valor para a sociedade e minimize os impactos ambientais (Colares et al., 2012).

A partir da publicação do Relatório *Brundtland*, o tema sustentabilidade passou a ser abordado para diminuir os efeitos das atividades humanas no meio ambiente. Seguindo a linha de pensamento *Triple Bottom Line*, a sustentabilidade empresarial possui três dimensões: social, ambiental e econômico-financeira, devendo as empresas medirem as gerações de valor e os prejuízos por elas provocados nos âmbitos social e ambiental (Oride & Myszczyk, 2017). Para verificar se os países e empresas estão sendo sustentáveis foi necessário criar indicadores, assim pôde-se estabelecer políticas voltadas à sustentabilidade (Molina, 2019).

Buscando promover um ambiente em que o lucro e a sustentabilidade estejam alinhados nas empresas, em 2005 foi criado pela antiga Bovespa, atual [B]³, o ISE, que se trata de uma ferramenta para comparar a performance das empresas listadas sob o aspecto da sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa. Além disso, proporciona destaque internacional para empresas e grupos comprometidos com a sustentabilidade, diferenciando-os em termos de qualidade, nível de compromisso com o desenvolvimento sustentável, equidade, transparência e prestação de contas,

natureza do produto, além do desempenho empresarial nas dimensões econômico-financeira, social, ambiental e mudança do clima (B3, 2019).

Ainda, o ISE auxilia na tomada de decisão dos investidores, que vêm se preocupando com a sustentabilidade. O índice segue quatro princípios: o primeiro preza pela transparência do processo do ISE, bem como das respostas ao questionário pelas empresas, o segundo busca o diálogo com a sociedade e as partes interessadas, o terceiro princípio se refere à atualização do questionário e do aperfeiçoamento do processo, já o quarto visa uma autonomia financeira, metodológica e decisória, para que o ISE cumpra seus objetivos (Souza, Gomes, Lima, Santos, & Dal Vesco, 2019).

No ano de 2015, criou-se uma ferramenta para auxiliar a integrar a sustentabilidade nas empresas: Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que buscam concretizar direitos humanos a todos e visam unir as dimensões econômica, social e ambiental, e possuem 169 metas, compondo a Agenda 2030 que pretende fazer com que todos tenham oportunidades de participar plenamente da sociedade, além de destacar que o desenvolvimento sustentável só pode ser realizado se houver segurança e paz (Belluzzo, 2018). Buscando se adaptar às mais recentes discussões sobre sustentabilidade, o questionário do ISE de 2018 englobou os ODS, além disso, em 2019 a [B]³ apresentou o *whitepaper* intitulado “A Experiência do ISE [B]³ na Agenda 2030 e nos ODS”, o qual busca detalhar a adoção dos ODS no processo seletivo da carteira do ISE, além dos resultados obtidos a partir das respostas dadas ao questionário enviado às empresas (B3, 2019).

2.2 Evidenciação Socioambiental e Mercado Nacional e Exportador

A partir de 1992, com a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, as empresas precisaram se adaptar às mudanças que passaram a ocorrer na forma de desenvolvimento, levando em consideração os impactos de suas atividades no meio ambiente e na sociedade. As pressões da sociedade motivaram as empresas a divulgarem informações sobre seu desempenho e impactos, além de informações sobre ativos intangíveis que por sua vez tem papel relevante na determinação do valor da empresa (Nagano, Kassai, Kussaba, & Carvalho, 2013). Foi também a partir de 1992 que o tema meio ambiente começou a ganhar visibilidade no âmbito político, sendo a Conferência considerada um marco simbólico para o tema (Oride, & Myszczyk, 2017).

De acordo com Souza e Costa (2012) conforme as empresas se dizem sustentáveis, surge a necessidade de divulgar informações que comprovem sua veracidade, e deste modo emerge a contabilidade mostrando seu papel na informação aos usuários. Assim, a evidenciação das informações contábeis vem sendo cada vez mais relevante (Corrêa, Mota, Estival, Cintra, & Jabur 2013).

A evidenciação socioambiental, para Maçambani, Van Bellen, Silva e Ventura (2013) é uma ferramenta utilizada por empresas com a finalidade de suprir as demandas de informações dos usuários. Tais usuários vêm sendo mais exigentes em relação a essas informações divulgadas, pressionando as empresas a tomarem posturas sustentáveis, assim as empresas passaram a divulgar temas como responsabilidade social e ambiental (Eugênio, 2010; Nunes, Teixeira, & Nossa 2009). A sustentabilidade de empresas pode ser medida por meio de indicadores que apresentam informações não somente sobre questões ambientais, mas também em relação a questões sociais, e por tais indicadores pode-se estabelecer políticas de sustentabilidade e comparar resultados (Molina, 2019).



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress


7 a 9 de setembro



As informações ambientais possuem diferença em suas qualidades e quantidades de acordo com o relatório adotado, o relatório socioambiental é o que possui informações mais relevantes e é o mais completo, porém as empresas adotam mais o relatório anual para divulgarem essas informações. Os principais fatores que influenciam as empresas na divulgação de informações ambientais voluntárias vão desde seu negócio e mercado, com pressões de seus clientes e fornecedores, até legislações e iniciativas mundiais, como leis e acordos dentro ou fora de seu país. Apesar de trazerem custos para a empresa, a divulgação voluntária de informações ambientais proporciona benefícios para a companhia, como moral de seus colaboradores e proporciona maior confiança para seus *stakeholders*, assim devem ser levados em conta ao escolher sua forma de transparência (Mussoi & Van Bellen, 2010). Segundo Rover, Borba, Murcia e Vicente (2008), deveria haver uma regulamentação em relação à divulgação de informações ambientais, o que traria mais confiança para os interessados nas mesmas, além de passarem por auditoria.

A sustentabilidade empresarial tem destaque maior para a questão ambiental e econômico-financeira e pouco enfoque para a questão social, que se fosse incluída nas organizações traria benefícios para a empresa e para a sociedade, sejam eles no curto ou longo prazo, o que demonstra que tal tema é tratado superficialmente (Casagrande et al., 2016). Segundo Oride e Myszczyk (2017), a sustentabilidade no âmbito ambiental, além de ser mais relacionada ao tema pelas empresas, é uma consequência dos processos adotados pelas empresas de redução de custos e despesas. Tamanho, ISE, alavancagem e internacionalização explicam a divulgação voluntária de informações ambientais por parte das empresas (Azevedo, Medeiros, Mól, & Melo, 2019). Segundo Souza, Rásia e Jacques (2010), quando a consciência ambiental faz parte da cultura e do plano de ação das empresas, melhora seu desempenho, fortalece sua imagem e torna seu processo produtivo mais eficiente e com redução de perdas.

De acordo com Ferreira (2017), o *disclosure* e os investimentos socioambientais das empresas são influenciados por acidentes causados por elas, além desses acidentes influenciarem empresas do mesmo setor das causadoras. Recentemente (2019), ocorreu o rompimento da barragem de Brumadinho, cuja empresa responsável era a Vale S.A., a qual foi excluída do ISE após o acidente (Forbes, 2019).

Investir em práticas sustentáveis, melhores condições para seus empregados e adotar políticas sustentáveis devem, segundo Berlato, Saussen e Gomez (2015), fazer parte da gestão das empresas por elas serem parte integrante da sociedade, tendo em vista que os consumidores buscam empresas responsáveis ambiental e socialmente, criando um vínculo de confiança com a companhia. Além de possibilitar uma maior visibilidade no mercado, gerando para as empresas uma vantagem competitiva frente aos concorrentes, as empresas sustentáveis podem se beneficiar de uma maior eficiência na sua produção por meio de reutilização e controle de desperdícios ainda podendo incentivar os seus clientes a serem sustentáveis (Oride & Myszczyk, 2017). Apesar disso, muitas empresas se declaram socialmente responsáveis, porém nem todas evidenciam seus investimentos sociais. Ainda, com relação às empresas que compõem a carteira do ISE, 11,8% delas não divulgam informações financeiras em relação ao valor que foi gasto em atividades sociais, já em relação às organizações vinculadas a externalidades negativas, esse número é 72,2%, o que gera dúvidas sobre a existência desses investimentos (Milani, 2008).

Com a abertura do mercado nacional para empresas estrangeiras, empresas nacionais vêm buscando exportar seus produtos, além disso, empresas buscam participar do mercado externo para obterem recursos e eficiência, passando por obstáculos pelo caminho, como taxa cambial elevada,



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



produtos mais baratos, legislação externa, entre outros, dificultando o processo. Produtos diferenciados, com maior qualidade e tecnologia, além da sustentabilidade, agregando valor econômico, social e ambiental, são algumas das vantagens competitivas que as empresas que exportam possuem em relação às demais empresas nacionais, vantagens essas que são essenciais para que as empresas possam participar do mercado externo (Paula, Ferreira, & Resende, 2019).

O mercado externo exige que as empresas adotem uma postura sustentável em seus negócios, além de adaptar seus produtos para que estejam de acordo com as exigências, o que se torna um desafio para exportadores, porém as empresas estão adotando medidas voluntárias para informar aos seus públicos os impactos socioambientais causados por sua atividade, criando assim uma reputação de empresa responsável e obtendo uma vantagem competitiva no mercado internacional. (Palma et al., 2014; Flores & Gavronski, 2015).

Apesar disso, Teles et al. (2013) consideram que ainda existem bastante desafios associados ao desenvolvimento sustentável, assim, propuseram um método para avaliar a sustentabilidade das empresas empregando suporte analítico e gráfico, cujos resultados apontam que as empresas possuem desempenho socioambiental melhor externamente, o que pode ser explicado pela preocupação com sua imagem, além de as empresas exportadoras possuírem desempenho socioambiental melhor se comparado a empresas atuantes no mercado interno.

A partir de 1990 surgiu o conjunto de sistemas de gestão ambiental (SGA), que visa evitar ou minimizar os impactos ambientais das empresas, indo além do que exige a legislação e sendo de maior abrangência do que os “selos verdes”. Além disso, empresas que exportam obtêm uma vantagem competitiva ao adotar tais sistemas, porém é necessário que haja um processo de auditoria a fim de dar maior credibilidade a esses sistemas (Santos, Sehnem & Freitas, 2015).

3 Metodologia

O estudo é uma pesquisa documental, qualitativa, que utilizará a técnica de análise de conteúdo do discurso das empresas e suas ações sustentáveis, na dimensão geral do questionário feito pela [B]³. A análise de conteúdo foi proposta por Bardin (2011) e consiste em aplicar ao discurso (respostas dadas ao questionário) instrumentos metodológicos a fim de verificar a presença ou a ausência de uma determinada informação (dados que respondam as perguntas do questionário), apresentando os aspectos em que as empresas parecem estar se preocupando quando o assunto é sustentabilidade empresarial.

A pesquisa foi elaborada com base nos relatórios de sustentabilidade e anual e respostas dos questionários propostos pela [B]³ às 28 empresas pertencentes a carteira do ISE de 2019. Inicialmente se realizou uma busca pelos questionários aplicados às empresas e suas respostas no *website* oficial do ISE, por abranger o tema sustentabilidade em seus três aspectos, optou-se pelo questionário da categoria geral.

As empresas foram classificadas em 01 (um) exportadoras e 02 (dois) que comercializam no mercado nacional e estão apresentadas na Tabela 1:

Tabela 1. Empresas e seus respectivos grupos

Empresa	Grupo	Empresa	Grupo
AES Tietê	2	Engie	2
Banco do Brasil	2	Fleury	2
Bradesco	2	Itaú Unibanco	2
Braskem	1	Itausa	2



ORGANIZAÇÃO



APOIO





100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



B2W Digital	2	Klabin	1
CCR S.A.	2	Light	2
Cielo	2	Lojas Americanas	2
Cemig	2	Lojas Renner	2
Copel	2	MRV	2
Duratex	1	Natura	1
Eletrobras	2	Santander	2
Ecorodovias	2	Telefônica Brasil	2
EDP Energias do Brasil	2	Tim	2
Eletropaulo	2	Weg	1

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Em seguida, as respostas para as perguntas da categoria geral do questionário aplicado pelo ISE foram verificadas nos relatórios de sustentabilidade e anual divulgados, e ainda se tais informações estavam de acordo com as respostas fornecidas pelas empresas.

A Tabela 2 apresenta a adequação ao método que respeita as três fases fundamentais propostas por Bardin (2011):

Tabela 2. Adequação das fases do método da análise de conteúdo (Bardin, 2011)

Pré-Análise
Nesta etapa foi obtido o questionário da seleção para participar do ISE feito pela [B] ³ para as empresas no ano de 2018 referente à dimensão geral, além dos relatórios anuais e de sustentabilidade ou semelhantes das empresas do mesmo ano. As informações sobre políticas específicas, quando não encontradas nos relatórios, foram coletadas nos <i>websites</i> das empresas. As empresas foram segregadas em dois grupos, sendo classificadas em 01 (um) quando exportam e 02 (dois) quando comercializam no mercado nacional. Ainda, respeita as condições de: exaustividade (todas as perguntas do questionário foram observadas sem omissões); a representatividade (a amostra representa o universo das empresas referentes à carteira do ISE de 2019); a homogeneidade (os dados referem-se ao mesmo tema, foram obtidos por técnicas iguais e colhidos por indivíduos semelhantes); a pertinência (os documentos são referentes ao conteúdo e objetivo da pesquisa) e a exclusividade (um elemento não foi classificado em mais de uma categoria).
Exploração do Material
Os dados foram analisados de modo a verificar se as empresas respondiam seus relatórios em concordância com as respostas dadas ao questionário respondido.
Tratamento dos resultados
Inferência e interpretação: por fim, os dados foram tabulados a fim de verificar qual foi a porcentagem das empresas que são coerentes em suas respostas (de modo que se a pergunta do questionário possuía várias alternativas e não foi possível verificar uma dessas alternativas, então a resposta foi considerada em desacordo), além de apresentar quais são os aspectos aos quais as empresas são mais transparentes analisando separadamente exportadoras e participantes do mercado nacional.

Fonte: Adaptado de Bardin (2011).

A Tabela 3 apresenta os critérios e indicadores nos quais as questões analisadas foram baseadas:

Tabela 3. Critérios e indicadores analisados

Critério I – Compromissos (compromissos que a empresa adota)	
Indicador 1	Compromisso Fundamental
Indicador 2	Compromissos Públicos Voluntários
Critério II – Alinhamento (tratamento dos compromissos adotados)	



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



Indicador 3	Consistência dos Compromissos
Indicador 4	Engajamento com Partes Interessadas
Indicador 5	Desempenho e Reconhecimento
Critério III – Perspectiva Estratégica (estratégias envolvendo sustentabilidade)	
Indicador 6	Estratégia e Posicionamento
Indicador 7	Cadeia de Valor
Critério IV – Ética e Transparência (formas de transparência e combate a irregularidades)	
Indicador 8	Defesa da Concorrência
Indicador 9	Prevenção e Combate à Corrupção
Indicador 10	Participação Pública
Indicador 11	Transparência

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

A partir dos critérios e indicadores realizou-se a busca das respostas às perguntas nos relatórios de sustentabilidade e anual e *websites* das empresas e em seguida foram verificadas se as respostas fornecidas pelas mesmas e as do questionário entregue coincidiam, os relatórios que não passaram por processo de auditoria foram tomados também como verdade.

Esta adequação será verificada e demonstrada em percentual, de modo que 100% representa que todas as empresas responderam ao questionário do ISE e, da mesma maneira apresentaram essas informações em seus relatórios. Além disso, foram apresentados os itens que as empresas mais divulgam em cada critério e se é apresentado o gerenciamento desses itens, bem como o funcionamento dos sistemas e políticas internamente.

4 Descrição e Análise dos Resultados

Para participarem do ISE, as empresas devem responder o questionário enviado pela [B]³ com informações que possibilitem a sua verificação. Foram consideradas coerentes e/ou adequadas, as respostas verificadas nos relatórios de sustentabilidade e anual e *websites* das empresas que são idênticas às respondidas no questionário entregue para a participação da seleção da carteira ISE.

Os critérios do questionário e os percentuais de adequação com os relatórios divulgados pelas empresas estão apresentados na Tabela 4:

Tabela 4. Adequação das respostas por critério

Critério	Grupo 1 (Exportadoras)	Grupo 2 (Nacionais)
I – Compromissos	89%	86%
II - Alinhamento	97%	93%
III – Perspectiva Estratégica	91%	87%
IV – Ética e Transparência	93%	86%

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Ao analisar os dados gerais, de acordo com cada critério, os resultados sugerem que o critério II – Alinhamento, foi o que as empresas se mostraram mais coerentes em suas respostas, já o critério I – Compromissos, foi o que menos apresentou coerência. Essas informações apontam que as empresas parecem estar divulgando mais como o tema sustentabilidade é tratado com suas partes interessadas, por meio de indicadores de sustentabilidade, princípios de relacionamento e



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



como os integra aos seus colaboradores, do que quais são seus compromissos fundamentais e como os integra na sua cultura, valores, estratégias e governança.

Os resultados por critério sugerem ainda que as empresas que exportam são mais coerentes em suas respostas, visto que em todos os critérios analisados elas apresentaram, percentualmente, maior coerência nas respostas, o que pode ser explicado pela exigência do mercado externo, além de uma busca por vantagem competitiva, já que seus produtos concorrem com mais empresas do que no mercado nacional, corroborando o estudo de Teles et al. (2013).

4.1 Critério I – Compromissos

O critério I informa como as empresas integram o desenvolvimento sustentável na sua cultura e estratégia, além do tratamento de seus compromissos voluntários e como utilizam a Agenda 2030 e os ODS. Na Tabela 5 são apresentados os percentuais de coerência das respostas para o critério I:

Tabela 5. Adequação das respostas referentes ao critério I

Pergunta	Grupo 1	Grupo 2
1. O compromisso com o Desenvolvimento Sustentável está formalmente integrado na cultura e na estratégia da companhia?	100%	100%
1.1. Se SIM para a PERGUNTA 1, aonde este compromisso está formalmente expresso?	100%	100%
1.2. Se SIM para a PERGUNTA 1, quais dos sete temas centrais da Norma ISO 26000, além de outros temas relevantes estão expressamente contemplados neste compromisso, levando em conta a realidade brasileira?	100%	100%
1.3. Se SIM para a PERGUNTA 1, a companhia mantém programa de sensibilização e educação sobre o tema?	100%	91%
1.3.1 Se SIM para a PERGUNTA 1.3, participam de forma ativa deste programa um número representativo de quais categorias de partes interessadas?	60%	35%
1.3.2 Se SIM para a PERGUNTA 1.3, este programa é implementado de forma sistemática e estruturada, possuindo quais etapas?	60%	65%
1.4. Com relação ao compromisso expresso na PERGUNTA 1, como é feita sua divulgação ampla?	100%	100%
1.5. Com relação ao compromisso expresso na PERGUNTA 1, ao definir uma visão de futuro bem como os desafios e incertezas que provavelmente enfrentará no futuro ao perseguir sua estratégia, o que a companhia vislumbra?	100%	100%
2. A companhia é signatária formal e publicamente de compromissos voluntários amplamente legitimados, relacionados a temas do desenvolvimento sustentável materiais e relevantes para seus negócios, comprometendo todas suas unidades, bem como todas suas subsidiárias ou controladas?	100%	100%
2.1 Se SIM para a PERGUNTA 2, a companhia integra tais compromissos voluntários em suas estratégias, realizando autoavaliações, monitorando e publicando resultados referentes aos compromissos assumidos?	60%	70%
2.1.1 Se SIM para a PERGUNTA 2.1, a companhia estabelece metas de melhoria para estes indicadores e estabelece planos de ação para o seu alcance?	60%	70%
3. A companhia utiliza a Agenda 2030 e os ODS como referências para identificar e integrar aspectos relevantes de sustentabilidade em seus negócios?	100%	100%
3.1. Se SIM para a PERGUNTA 3, como a companhia identifica a relação direta e relevante entre suas práticas empresariais e os ODS?	100%	100%
3.2. Se SIM para a alternativa (b) da PERGUNTA 3.1, qual é a priorização dos ODS realizado pela companhia?	100%	100%



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



3.2.1. Em relação ao conjunto de ODS marcados na coluna IV da PERGUNTA 3.2, como a companhia gerencia?	100%	57%
--	------	-----

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

As empresas possuem compromissos socioambientais, que são divulgados por meio dos relatórios que afirmam disponibilizar na *intranet* e/ou outros canais direcionados ao público interno da companhia, publicados em área de livre acesso do *website* da empresa e versões adicionais com mais clareza. Tais compromissos são: práticas leais de operação, promoção dos direitos humanos, melhoria das condições de trabalho, emprego e renda, relações responsáveis com a comunidade e seu desenvolvimento e combate a todas as formas de corrupção, expressos em: visão, código de conduta, objetivos e metas de desempenho socioambiental e políticas da organização; missão; e planejamento estratégico.

Além disso, elas afirmam manter programa de sensibilização e educação sobre o tema, porém, das empresas pertencentes ao grupo 2, 91% contemplam a forma mais ampla do desenvolvimento sustentável, o que demonstra que as demais do grupo tratam o tema superficialmente, se aproximando do estudo de Casagrande et al. (2016). Participam de tal programa os *stakeholders* das empresas, porém 60% das empresas do grupo 1 e 65% das do grupo 2 são coerentes com as respostas dadas ao questionário, já as demais empresas citam *stakeholders*, mas não os especificam, verificou que 60% daquelas do grupo 1 e 65% do grupo 2 fornecem detalhes suficientes a respeito do programa.

Todas as empresas possuem compromissos voluntários voltados ao desenvolvimento sustentável, além disso integram esses compromissos em suas estratégias, contudo, 60% das empresas do grupo 1 e 70% das do grupo 2 publicam os resultados ou metas, as demais são omissas nesse quesito, o que dificulta o acompanhamento desses compromissos pelos públicos que tem interesse em saber se as empresas estão atingindo seus objetivos.

O uso de agenda 2030 e ODS se dá em todas as empresas, seja por meio de análise dos possíveis impactos das atividades das empresas ou por meio de uma análise de materialidade, priorizando ODS julgados mais relevantes e identificando as externalidades positivas e negativas de suas atividades, demonstrando assim que as empresas pesquisadas levam em conta os ODS nas suas práticas, buscando, segundo Belluzzo (2018), unir as dimensões social, ambiental e econômica. Assim as empresas parecem demonstrar que são sustentáveis sob a perspectiva empresarial, pois, de acordo com Colares et al. (2012) obtêm lucros de modo que adicionem valor para a sociedade e tentem minimizar o impacto ambiental negativo.

4.2 Critério II – Alinhamento

O critério II demonstra como as empresas tratam a sustentabilidade internamente, seja por meio de políticas ou processos estabelecidos. A coerência das respostas para o critério II está apresentada na Tabela 6:

Tabela 6. Adequação das respostas referentes ao critério II

Pergunta	Grupo 1	Grupo 2
4. A companhia possui uma estrutura formal de governança para a sustentabilidade?	100%	100%
4.1 Se sim para a PERGUNTA 4, qual a mais alta instância a quem a(s) estrutura(s) formal(is) existente(s) se reporta(m) diretamente?	100%	91%



ORGANIZAÇÃO



APOIO





100% ON-LINE

A Contabilidade e as Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



5. A companhia possui instrumento formal estabelecendo que suas políticas e procedimentos relativos à sustentabilidade sejam observados em todas as suas unidades e controladas incluindo, se aplicável, sua operação em outros países em que se localizem ou atuem?	100%	100%
6. A companhia realiza análise de materialidade para identificar os seus temas mais relevantes do ponto de vista da sustentabilidade e esse processo é conduzido com participação das principais partes interessadas?	100%	100%
7. A companhia acompanha sistematicamente seus indicadores de sustentabilidade, independentemente de demandas específicas?	100%	100%
7.1. Se SIM para alternativas (a), (b) e/ou (c) da PERGUNTA 7, como a companhia gerencia?	100%	91%
8. A companhia possui um processo de <i>due diligence</i> para conduzir a gestão de riscos reais e potenciais dos impactos adversos na sustentabilidade?	100%	100%
9. A companhia tem Política Corporativa visando assegurar princípios para o relacionamento com suas partes interessadas, buscando engajá-las em suas atividades e decisões?	100%	100%
9.1 Se SIM para a PERGUNTA 9, quais partes interessadas estão contempladas nesta política?	100%	87%
9.2 Se SIM para a PERGUNTA 9, quais práticas estão contempladas explicitamente nesta política?	60%	26%
10. Como a companhia integra aspectos de sustentabilidade em suas práticas de gestão de desempenho e reconhecimento?	100%	100%
11. A companhia divulga a remuneração dos seus administradores (conselheiros de administração e diretores)?	100%	100%
12. A companhia divulga os tipos e os critérios de remuneração e benefícios atribuídos aos seus administradores (conselheiros de administração e diretores)?	100%	100%
13. A remuneração variável (reajustes salariais diferenciados, bônus, prêmios) está vinculada a metas de desempenho socioambiental da companhia?	100%	100%
14. O sistema de remuneração variável da companhia prevê algum dispositivo que propicie uma correlação entre os riscos assumidos, a remuneração efetivamente paga e o resultado da companhia?	100%	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Apesar de todas as empresas afirmarem possuir estrutura formal de governança para a sustentabilidade, em relação ao grupo 2, 91% das empresas divulgam informações detalhadas sobre essa estrutura, como funcionamento e a quem se reporta.

Os indicadores de sustentabilidade são avaliados independentemente de demandas específicas, porém, das empresas pertencentes ao grupo 2, 91% detalham a gestão desses indicadores, como por exemplo se utilizam os resultados para o apoio à tomada de decisão, bem como se é feito acompanhamento do histórico desses indicadores e sua evolução bem como é realizado o processo, além de prestar contas sobre tais indicadores.

Há política corporativa com princípios para o relacionamento com partes interessadas, porém 87% das empresas pertencentes ao grupo 2 são as que detalham quais são as partes interessadas, além de apenas 60% das empresas pertencentes ao grupo 1 e, 26% das do grupo 2 detalharem o gerenciamento dessas práticas.

As empresas integram aspectos de sustentabilidade aos colaboradores na descrição de cargos, em suas metas de desempenho e ações de premiação e reconhecimento.



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



4.3 Critério III – Perspectiva Estratégica

O critério III apresenta a visão estratégica das empresas abordando sustentabilidade e sua cadeia de valor. Na Tabela 7 é apresentada a coerência das respostas em relação ao critério III:

Tabela 7. Adequação das respostas referentes ao critério III

Pergunta	Grupo 1	Grupo 2
15. Existe processo institucionalizado de planejamento estratégico, aprovado no âmbito do Conselho de Administração ou, caso este inexista, da instância mais elevada de gestão da companhia?	100%	100%
15.1. Se SIM para a PERGUNTA 15, o que está formalmente considerado neste processo institucionalizado de planejamento estratégico e refletido em objetivos com seus respectivos indicadores e metas?	100%	91%
16. Qual o estágio em que se encontra a companhia em relação à adaptação de seu negócio do ponto de vista da sustentabilidade, de forma a eliminar ou minimizar externalidades negativas (econômicas, sociais e ambientais) e a otimizar externalidades positivas?	80%	91%
17. A comercialização de bens de consumo semiduráveis e duráveis corresponde a quanto no faturamento da companhia e de suas controladas?	100%	100%
17.1. Se SIM para as alternativas (a) ou (b) da PERGUNTA 17, quais os tratamentos dados?	100%	100%
18. A companhia conhece e gerencia sua cadeia de valor, identificando e atuando sobre os elos relevantes de acordo com o seu negócio e impactos relacionados?	100%	100%
18.1. Se SIM para a PERGUNTA 18, quais os elos da cadeia de valor que a companhia conhece e monitora?	100%	91%
19. Com relação à adoção de práticas internas para incorporar a sustentabilidade à estratégia de suprimentos visando promover a sustentabilidade na cadeia de valor, o que melhor representa a atuação da companhia, e os níveis em que são aplicadas?	60%	57%
20. A companhia possui processos e procedimentos implementados em relação à aplicação de critérios socioambientais para identificação e gestão de seus fornecedores críticos?	100%	100%
20.1. Se SIM para PERGUNTA 20, quais os critérios e etapas do processo cobertas pelos processos e procedimentos relativos à gestão dos fornecedores críticos?	80%	74%
21. A companhia possui processos e procedimentos implementados em relação à aplicação de critérios socioambientais na gestão dos principais integrantes de sua cadeia de valor envolvidos no processo de venda, uso e/ou pós-consumo de seus produtos?	80%	52%

Fonte: Dados da pesquisa.

Das empresas do grupo 2, 91% delas detalham suficientemente os aspectos abordados em seu processo de planejamento estratégico, sejam impactos socioambientais das atividades da empresa e sua cadeia de valor, seu posicionamento diante desses impactos, além de interesses de terceiros e seus compromissos considerados relevantes.

As empresas conhecem e gerenciam sua cadeia de valor, porém 91% das empresas do grupo 2 especificam o processo de gestão de elos da cadeia de valor, dificultando o acompanhamento pelos *stakeholders*, os quais vêm pressionando as organizações, segundo Nunes et al. (2009). Práticas internas são adotadas para obter uma cadeia de valor sustentável, aumentando assim suas contribuições para a sustentabilidade empresarial, porém 60% das empresas do grupo 1 e 57% das do grupo 2 detalham o gerenciamento dessas práticas.

Para identificar e gerir os fornecedores críticos, as empresas possuem processos e procedimentos implementados que aplicam critérios socioambientais para esses fornecedores, apesar disso, 80% das empresas do grupo 1 e, 74% das do grupo 2 detalham tais processos. Já em relação à gestão de sua cadeia de valor envolvida na venda, uso e/ou pós-consumo de seus produtos,



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10° Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10° Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3° UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



80% das empresas pertencentes ao grupo 1 e 52% das pertencentes ao grupo 2 detalham tais procedimentos. Assim, sem detalhar os processos e procedimentos adotados, os *stakeholders* tem dificuldade em saber como as empresas gerenciam seus fornecedores críticos e integrantes da cadeia de valor que são responsáveis pela venda, uso e/ou pós-consumo, fazendo com que não tenham como verificar se os objetivos estão sendo atingidos.

4.4 Critério IV – Ética e Transparência

O critério IV aborda condutas éticas e transparentes por parte da companhia e seus públicos e na Tabela 8 está apresentada a coerência das respostas relativas ao critério IV:

Tabela 8. Adequação das respostas referentes ao critério IV

Pergunta	Grupo 1	Grupo 2
22. A companhia adota política contínua de esclarecimento aos funcionários sobre defesa da concorrência?	100%	100%
22.1. Se SIM para a PERGUNTA 22, quais instrumentos são utilizados pela companhia para implantar medidas de defesa da concorrência?	40%	35%
23. A companhia possui compromisso formal em relação ao combate a todas as formas de corrupção?	100%	100%
23.1. Se SIM para as alternativas (a) e/ou (b) da PERGUNTA 23, o que este compromisso formal diz?	100%	83%
24. Em quais relações a companhia atua de forma proativa e contínua na conscientização de seu público interno e seus parceiros comerciais para a prevenção e combate a todas as formas de corrupção?	60%	52%
25. A companhia possui processos e procedimentos implementados que permitem o gerenciamento de situações envolvendo qualquer forma de corrupção e/ou conflitos de interesses?	100%	100%
25.1. Se SIM para a PERGUNTA 25, o que estes processos e procedimentos incluem?	100%	78%
26. A companhia procura concretizar seu compromisso com o desenvolvimento sustentável atuando proativamente na elaboração, avaliação, implantação ou monitoramento de políticas voltadas ao interesse público, atuando nas instâncias competentes de forma transparente e articulada com as demais partes interessadas?	100%	100%
27. Ao participar da elaboração, avaliação, implantação ou monitoramento de políticas públicas, a companhia e/ou o órgão de classe correspondente adota práticas de transparência adequadas, dando publicidade às suas propostas e posicionamentos?	100%	83%
28. Nos últimos 4 anos, a companhia financiou ou apoiou candidatos a cargos públicos e/ou partidos políticos, dentro ou fora de períodos eleitorais?	100%	91%
28.1. Se SIM para a PERGUNTA 28, a companhia publica informação completa a respeito dos valores, dos candidatos e dos partidos em seu Relatório de Sustentabilidade ou na área de livre acesso de seu website ou outro instrumento público?	100%	91%
29. A companhia possui práticas internas de transparência para informar sua força de trabalho sobre seu desempenho em aspectos materiais de sustentabilidade?	100%	100%
30. No último ano, a companhia publicou Relatório de Sustentabilidade?	100%	100%
30.1. Se SIM para a PERGUNTA 30, o que este relatório traz?	100%	83%
31. Em relação à produção de relatos baseados na integração entre informações econômicas, sociais, ambientais e de governança, como a companhia trata o tema?	100%	100%

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Apesar de adotarem política sobre defesa de concorrência, tal política apresenta detalhes sobre instrumentos utilizados para 40% das empresas pertencentes ao grupo 1 e 35% das

pertencentes ao grupo 2, entre esses instrumentos estão: informativos internos; palestras, cursos e orientações sobre o tema; e procedimentos que visem a identificação e correção de práticas anticompetitivas. As empresas possuem compromisso formal de combate a todas as formas de corrupções, indo além do cumprimento da legislação sobre o tema, porém, das empresas pertencentes ao grupo 2, 83% detalham o gerenciamento dessas questões. Considerando que existem diferentes situações em que possa ocorrer corrupção, as empresas atuam de forma proativa e contínua a fim de conscientizar seu público interno além de seus parceiros comerciais sobre prevenção e combate à corrupção em todas formas, porém 60% das empresas do grupo 1 e 52% das do grupo 2 detalham em quais relações especificamente atuam. Apesar de possuírem processos e procedimentos para gerenciar situações envolvendo corrupção e/ou conflitos de interesse, no grupo 2, 78% das empresas detalham os procedimentos adotados.

Quando participam de elaboração, avaliação, implantação ou monitoramento de políticas públicas, 100% das empresas do grupo 1 e 83% das do grupo 2 dão publicidade às suas propostas e posicionamentos.

Em relação ao apoio político dado pelas empresas, das pertencentes ao grupo 2, 91% dos casos estão de acordo com as respostas dadas ao questionário, as demais empresas apresentaram informações divergentes.

Ressalta-se que todas as empresas divulgaram Relatório de Sustentabilidade, o qual apresentou o desempenho da companhia não somente no aspecto financeiro, mas também nos aspectos ambientais, sociais e de governança corporativa. Tal relatório inclui parecer de auditor externo e independente sobre a totalidade de seu conteúdo em 80% das empresas do grupo 1 e em 87% das empresas do grupo 2, apesar de o processo de auditoria não ser obrigatório, o que segundo Mussoi e Van Bellen (2010) pode demonstrar que essas empresas parecem estar preocupadas em dar credibilidade aos relatórios e indo a favor da necessidade apontada por Rover et al. (2008) de passarem por esse processo.

5 Conclusão

O presente trabalho analisou a coerência do discurso sobre sustentabilidade das 28 empresas listadas no ISE, segregando a amostra em empresas que exportam e empresas participantes do mercado nacional. Para tanto, foi feita uma análise de conteúdo do discurso das empresas e suas ações sustentáveis (Bardin, 2011).

Os achados evidenciaram que as empresas analisadas transparecem ser sustentáveis, confirmando os estudos de Donaire (1994) e Milani (2008), e coerentes em seu discurso, pela declaração de suas iniciativas, como projetos sociais para a comunidade além de medidas internas de controle e de conscientização para que sejam usados recursos naturais de uma forma racional. Os principais aspectos que as empresas vêm divulgando são: como a sustentabilidade é tratada com as partes interessadas; gerenciamento de sua cadeia de valor e monitoramento de seus elos; formas de transparência, divulgando informações de fácil acesso; combate a irregularidades como corrupção; participação ativa na sociedade por meio de projetos e parcerias; e passagem dos relatórios publicados sobre sustentabilidade por processo de auditoria, o que proporciona maior credibilidade às informações, conforme destacado por Rover et al. (2008).

Além disso, foi observado que empresas exportadoras parecem mais coerentes com suas respostas se comparadas àquelas que comercializam no mercado nacional, o que pode ser explicado pelo fato de que as exportadoras possuem maior preocupação socioambiental e em relação à sua



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



imagem nos mercados em que comercializam, seguindo os estudos de Palma et al. (2014), Flores e Gavronski (2015) e Teles et al. (2016).

Os resultados contribuem para que os *stakeholders* possam ter mais confiança no discurso das empresas com as quais possuem ligação, visto que 80% das empresas do grupo 1 e 87% das do grupo 2 tiveram seus relatórios sobre sustentabilidade auditados, além de saberem quais são as preocupações das mesmas com o tema, seja para investidores que buscam empresas sérias e comprometidas, clientes, para que saibam os impactos dos produtos consumidos e serviços prestados, além de outros diversos públicos que se relacionam com as empresas. A pesquisa, pelo fato de as empresas pertencerem ao ISE, não permite generalizações para àquelas que não pertençam ao índice

Como sugestão para futuras pesquisas sugere-se que sejam analisadas paralelamente empresas do ISE, com a separação entre as que exportam e não exportam, e demais empresas em igual número, para verificar se existe diferença significativa entre elas com relação à coerência das informações.

Referências

Azevedo, Y., Medeiros, V., Mól, A., & Melo, C. (2019). Divulgação Voluntária de Informações Ambientais: Uma Análise dos Fatores Determinantes nas Empresas Listadas na BM&FBovespa. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 14(1), 1-17.

Bardin, L. (2011). *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70.

Belluzzo, R. C. B. (2018). Competência em informação (CoInfo) e midiática: inter-relação com a Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) sob a ótica da educação contemporânea. *Revista Folha de Rostto*, 1(4), 15-24.

Berlato, F. L., Saussen, F., & Gomez, L.S.R. (2016). A Sustentabilidade Empresarial como Vantagem Competitiva e Branding. *DA Pesquisa*, 11, 24-41.

Bertão, N. Índice sustentável da bolsa bate recorde de interesse e três novas empresas entram na carteira de 2020. Disponível em: <https://valorinveste.globo.com/mercados/renda-variavel/bolsas-e-indices/noticia/2019/11/29/indice-sustentavel-da-bolsa-bate-recorde-de-interesse-e-tres-novas-empresas-entram-na-carreira-de-2020.ghtml>. Acesso em 01 jun. 2020.

Brasil, Bolsa, Balcão, B3. A experiência do ISE na Agenda 2030 e os ODS. Net, São Paulo. Disponível em: <http://iseb3.com.br/a-experiencia-do-ise-na-agenda-2030-e-os-ods>. Acesso em: 01 jun. 2020.

Brasil, Bolsa, Balcão, B3. Índice Empresarial de Sustentabilidade (ISE). Net, São Paulo. Seção Sobre. Disponível em: <http://iseb3.com.br/>. Acesso em: 25 set. 2019.

Casagrande, Y. G., Sauer, L. & Pereira, M. W. G. (2016). A percepção dos administradores sobre sustentabilidade empresarial. *Interações*, 17(3), 487-502.

Colares, A. C. V., Bressan, V. G. F., Lamounier, W. M., & Borges, D. L. (2012). O balanço social como indicativo socioambiental das empresas do índice de sustentabilidade empresarial da BM&F Bovespa. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, 17, 83-100.

Corrêa, S. R. S., Mota, R. S., Estival, K. G. S., Cintra, L. A. V., & Jabur, D. M. (2013). A Contabilidade Ambiental como Garantia de Responsabilidade Ambiental: o caso do passivo ambiental. *Revista Brasileira de Contabilidade*, 200.



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



Costa, C. A. G. da (2012). *Contabilidade ambiental - Mensuração, Evidenciação e Transparência*. São Paulo: Atlas.

Dias, D. O., Henkes, J. A., & Rossato, I. de F. (2020). A gestão ambiental como ponte entre a empresa e os stakeholders. *Revista Gestão & Sustentabilidade Ambiental*, 9(1), 3-22.

Donaire, D. (1994). Considerações sobre a influência da variável ambiental na Empresa. *Revista de Administração de Empresas*, 34(2), 68-77.

Eugénio, T. (2010). Avanços na divulgação de Informação Social e Ambiental pelas empresas e a Teoria da Legitimidade. *Revista Universo Contábil*, 6(1), 102-118.

Ferreira, J. da S., Rover, S., Ferreira, D. D. M., & Borba, J. A. (2016). Informações Financeiras Ambientais: Diferença entre o Nível de Disclosure entre Empresas Brasileiras. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, 10(1), 5-24.

Ferreira, J. V. N. (2017). *Desastres ecológicos e seus impactos no disclosure e nos investimentos socioambientais: um estudo em empresas brasileiras*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal da Bahia, Salvador, BA, Brasil.

Flores, F., & Gavronski, I. (2015). A influência da sustentabilidade sobre o desempenho exportador no mercado internacional da carne bovina. *Revista Ciências Administrativas*, 22, 192-224.

Forbes. Vale é excluída de índice de sustentabilidade da B3. Disponível em: <https://forbes.com.br/last/2019/02/vale-e-excluida-de-indice-de-sustentabilidade-da-b3/>. Acesso em 03 abr. 2020.

Garcia, A. S., & Orsato, R. J. (2013). Índices de sustentabilidade empresarial: porque participar? *Anais do Encontro da ANPAD*, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 37

Kato, C. A. (2008). *Arquitetura e sustentabilidade: projetar com ciência da energia*. Dissertação de Mestrado, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, SP, Brasil.

Maçambanni, T. A., Van Bellen, H. M., Silva, T. L., & Ventura, C. (2013). Evidenciação socio-ambiental: uma análise do balanço social de empresas do setor elétrico que atuam nas regiões sul e nordeste do Brasil. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 2(1), 123-142.

Milani, M. A. F. F. (2008). Responsabilidade Social e Investimento Social Privado: entre o discurso e a evidenciação. *Revista Contabilidade & Finanças - USP*, 19(47), 89-101.

Molina, M. C. G. (2019). Desenvolvimento sustentável: do conceito de desenvolvimento aos indicadores de sustentabilidade. *Revista Metropolitana de Governança Corporativa*, 4(1), 75-93.

Moreira, A. Exportação perde força com exigência de sustentabilidade. Disponível em: <https://valor.globo.com/brasil/coluna/exportacao-perde-forca-com-exigencia-de-sustentabilidade.ghtml>. Acesso em 01 jun. 2020.

Mussoi, A., & Van Bellen, H. M. (2010). Evidenciação ambiental: uma comparação do nível de evidenciação entre os relatórios de empresas brasileiras. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 4(9), 55-78.

Nagano, R. T., Kassai, J. R., Kussaba, C. T., & Carvalho, L. N. G. de. A. (2013). Evolução dos relatórios de sustentabilidade e a necessidade da Obrigatoriedade de sua asseguaração por terceiros. In: *II Simpósio Internacional de Gestão de Projetos e I Simpósio Internacional de Inovação e Sustentabilidade*, São Paulo, 2013. Anais II SINGEP e I S2IS, 2013.



100% ON-LINE

A Contabilidade e as
Novas Tecnologias

10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças
10º Congresso UFSC de Iniciação Científica em Contabilidade
3º UFSC International Accounting Congress

7 a 9 de setembro



Nunes, J. G., Teixeira, A. J. C., & Nossa, V. (2009). Análise das variáveis que influenciam a adesão das empresas ao índice Bovespa de sustentabilidade empresarial. *Anais do Encontro da ANPAD*, São Paulo, SP, Brasil, 33.

Oride, K. S., & Myszczyk, A. P. (2017). Gestão empresarial e desenvolvimento sustentável: Análise a partir da carteira ISE da Bolsa de Valores de São Paulo (2011-2015). *Revista Brasileira de Planejamento e Desenvolvimento*, 6(1), 40-61.

Palma, E. P., Gomes, C. M., Kneipp, J. M., & Rosa, L. A. B., da. (2014). Estratégias de Negócios Sustentáveis e Desempenho Exportador: uma análise em empresas do setor de gemas e joias. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 16(50), 25-42.

Paula, R., Ferreira, M. A., & Resende, P. (2019). Aplicação das teorias de internacionalização em pequenas empresas. *Revista PRETEXTO*. 20. 32-47.

Pletsch, C. S., Brighenti, J., Silva, A., & Rosa, F. S. (2014). Perfil da Evidenciação Ambiental das Empresas Listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial. *Contabilidade Vista & Revista*, 25(3), 57-77.

Rocha, R., Introvini, R., Caldana, A., Krauter, E., & Liboni, L. (2019). Gestão Sustentável – Motivadores, Barreiras e Percepção de Micro e Pequenos Empresários. *Gestão & Regionalidade*, 35(106), 46-66.

Rover, S., Borba, J., Murcia, F. D., & Vicente, E. (2008). Divulgação de informações ambientais nas demonstrações contábeis: um estudo exploratório sobre o disclosure das empresas brasileiras pertencentes a setores de alto impacto ambiental. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 2(3), 53-72.

Santos, G., Sehnem, S., & Freitas, M. (2015). Avaliação do Nível de Sustentabilidade de um Curtume Gaúcho à Luz do Sistema de Gestão Ambiental (SGA). *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 4(2), 102-117.

Souza, J. A., & Costa, T. M. T. (2012) Responsabilidade social empresarial e desenvolvimento sustentável: conceitos, práticas e desafios para a contabilidade. *Revista Organizações em Contexto*, 8(15), 213-238.

Souza, M. A. de, Rásia, K. A., & Jacques, F. V. da S. (2010). Evidenciação de informações ambientais pelas empresas integrantes do índice de sustentabilidade empresarial - ISE. *Revista de Contabilidade e Controladoria*, 2(1), 51-139.

Souza, R. F. de, Gomes, A. R. V., Lima, S. L. L. de, Santos, G. V. dos, & Dal Vesco, D. G. (2019). A legitimidade do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) frente aos demais Índices B3. *RACE - Revista De Administração, Contabilidade E Economia*, 18(3), 521-542.

Teles, C. D., Dutra, C. C., Ribeiro, J. L. D., & Guimarães, L. B. de M. (2016). Uma proposta para avaliação da sustentabilidade socioambiental utilizando suporte analítico e gráfico. *Production*, 2(26), 417-429.