

SINERGIA

REVISTA DO INSTITUTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS, ADMINISTRATIVAS E CONTÁBEIS (ICEAC)

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI): UMA ANÁLISE DA ADESÃO ÀS DIRETRIZES PELAS EMPRESAS LISTADAS NO NOVO MERCADO SOB A PERSPECTIVA DAS TEORIAS INSTITUCIONAL E DA LEGITIMIDADE

GABRIELA DIAS DA SILVA*
MARGUIT NEUMANN GONÇALVES**
ROMILDO DE OLIVEIRA MORAES***

RESUMO

O estudo se propõe analisar, sob a perspectiva das Teorias Institucional e da Legitimidade, quais companhias do Novo Mercado da BM&FBovespa aderiram às diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI) e identificar qual a versão das diretrizes GRI adotadas. O estudo é descritivo, qualitativo e documental. Os dados foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo e se referem ao período de 2011 a 2013. Percebe-se que, das 133 companhias da amostra, 67 não possuem ou não foram encontrados os relatórios de sustentabilidade no período analisado. Das 66 empresas que publicaram o relatório de sustentabilidade no período de 2011 a 2013, somente 17 empresas não divulgaram as informações socioambientais conforme as diretrizes da GRI. Os resultados revelam que as empresas divulgam práticas de sustentabilidade nos relatórios para reafirmar sua legitimidade perante a sociedade. Além disso, utilizam práticas de divulgação com base em outras empresas modelos, como é o caso da adesão às diretrizes da GRI, o que se pode relacionar com a Teoria Institucional com base no isomorfismo mimético. Sobre as práticas socioambientais, essas são institucionalizadas nas empresas, e a mudança de versão da G3 para G4 possibilita a ampliação do *disclosure* pelos indicadores propostos.

Palavras-chave: Teoria da Legitimidade. Teoria Institucional. Informações socioambientais. *Global Reporting Initiative*.

ABSTRACT

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI): AN ANALYSIS OF ADHERENCE TO GUIDELINES BY THE COMPANIES LISTED IN THE NEW MARKET UNDER THE PERSPECTIVE OF INSTITUTIONAL AND LEGITIMATE THEORY

This study aims to examine, from the perspective of institutional and legitimacy theory, which companies belonging to the different level of the BM&F Bovespa adhered to the guidelines of the Global Reporting Initiative (GRI) and tries to identify which version of the guidelines was adopted. The study is of descriptive, qualitative and documentary nature. Data were analyzed using content analysis technique and refer to the period of 2011-2013. It is noticed that out of the 133 companies included in the sample, 67 have no sustainability report or they were not found within the period analyzed. Of the 66 companies that published sustainability report for the period 2011 to 2013, only 17 companies did not disclose the environmental information in accordance with the GRI guidelines in the period of 2011-2013. The results reveal that companies disclose sustainability practices in the reports to reaffirm its legitimacy in society. Also, they use disclosure practices based on other companies' models, such as adherence to the GRI guidelines, which could be related to the institutional theory based on the mimetic isomorphism. With regard to social and environmental practices, these are institutionalized in companies, and the version change from G3 to G4 enabled the expansion of the disclosure by the proposed indicators.

Keywords: Legitimacy Theory. Institutional Theory. Environmental information. Global Reporting Initiative.

Artigo recebido em: 24-02-2015 – Aceito em: 28-08-2015

1 INTRODUÇÃO

As informações de caráter socioambiental são divulgadas pelas companhias com o objetivo de demonstrar a relação da organização com o meio ambiente e com a sociedade. Em virtude das atividades empresariais impactarem de forma relevante o meio no qual as companhias estão inseridas, as empresas necessitam buscar alternativas de mitigação desses efeitos, assim como precisam encontrar medidas

* Mestranda em Ciências Contábeis na linha de Usuários Externos pela Universidade Estadual de Maringá. Av. Colombo, 5790 – Bloco C23 – CEP 87020-900 – Maringá-PR; E-mail: gabi.dias85@gmail.com

** Professora do Departamento de Ciências Contábeis da Universidade Estadual de Maringá – UEM; Doutora em Economia do Desenvolvimento (UFRGS) e em Sciences Economiques (Universidade de Grenoble/França). Av. Colombo, 5790 – Bloco C23 – CEP 87020-900 – Maringá-PR. E-mail: marguitn26@gmail.com

*** Professor Adjunto do Departamento de Ciências Contábeis da Universidade Estadual de Maringá – UEM; Doutor em Controladoria e Contabilidade (USP). Av. Colombo, 5790 – Bloco C23 – CEP 87020-900 – Maringá-PR. E-mail: romoraes@uem.br

alternativas que compensem suas ações empresariais impactantes.

Neste sentido, a sociedade passou a exigir que as empresas apresentem uma postura ética e coerente, sendo que os consumidores necessitam de informações sobre os produtos e serviços prestados. Além da sociedade, os demais *stakeholders* também exigem informações detalhadas sobre o tratamento dispensado aos envolvidos diretamente e indiretamente com a organização. As informações socioambientais são divulgadas usualmente em demonstrações como a Demonstração do Valor Adicionado (DVA) e nos relatórios de sustentabilidade (MACEDO; CÍPOLA, 2009). Para o relatório de sustentabilidade, as diretrizes propostas pela *Global Reporting Initiative* (GRI) são amplamente aceitas pelas entidades para informar aos interessados sobre o desempenho econômico, ambiental e social da organização (GRI, 2006). No Brasil, as companhias têm adotado esse modelo de relatório de forma significativa, tendo em vista que este proporciona detalhadas informações socioambientais de acordo com os indicadores propostos.

Todavia, os motivos para adesão das empresas as diretrizes de relatórios sustentáveis são os mais variados, dado que não existe obrigatoriedade de divulgação dessas informações pelas empresas. Em razão disso, as empresas possuem liberdade para apresentar nos relatórios sociais informações as quais considerem relevantes e de interesse dos usuários das informações. Nesse estudo, serão consideradas duas teorias que podem explicar essas divulgações pelas empresas, sendo a Teoria da Legitimidade (DIAS; FILHO, 2007; FARIAS, 2008; EUGÊNIO, 2010; NEVES; DIAS, 2010; CONCEIÇÃO et al., 2011), a qual possui foco na sociedade e se relaciona com a necessidade das empresas de firmarem sua legitimidade perante a sociedade e a Teoria Institucional (DIMAGGIO; POWELL, 1983; MACHADO-DA-SILVA; FONSECA, 1996; GONÇALVES, 2007; ALIGLERI; SOUZA, 2010), com base no isomorfismo mimético, visto que as empresas acabam utilizando outras empresas como modelos para a divulgação de informações sociais.

Portanto, considerando a relevância do tema no contexto organizacional e devido à falta de padronização em relação à divulgação das informações de caráter social, elaborou-se a seguinte questão de pesquisa: as companhias listadas no Novo Mercado aderiram às diretrizes da GRI (G3 e G4) para a divulgação de informações socioambientais?

Para responder ao questionamento estabelecido, o estudo se propõe a analisar, sob a perspectiva das Teorias Institucional e da Legitimidade, quais as companhias pertencentes ao Novo Mercado da BM&FBovespa aderiram as diretrizes da GRI e identificar, naquelas que aderiram a GRI, a versão das diretrizes (G3 ou G4) adotadas pelas companhias. O estudo justifica-se devido à necessidade de perceber a forma como as empresas têm divulgado as informações de caráter socioambiental para os usuários das informações, haja vista que não existe uma padronização e obrigatoriedade para apresentação das informações socioambientais e ao considerar a expansão da GRI, espera-se contribuir percebendo se as empresas adotam como prática institucional os indicadores propostos pelo modelo.

Quanto aos procedimentos metodológicos, o estudo é descritivo, qualitativo e documental. Os dados foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo e referem-se ao período de 2011 a 2013. Para a presente pesquisa, as empresas foram classificadas quanto às diretrizes utilizadas para elaboração do relatório de sustentabilidade com a finalidade de responder à questão de pesquisa.

Espera-se que a pesquisa contribua de forma prática para o melhor entendimento da capacidade preditiva das informações socioambientais divulgadas pelas companhias e teoricamente, para que mais pesquisadores busquem investigar sobre as formas de divulgação socioambiental usualmente utilizadas pelas empresas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

As práticas sociais e ambientais são cada vez mais usuais pelas empresas em geral, assim como a divulgação dessas informações. Contudo, percebe-se que ocorre uma mudança de mentalidade dos gestores e das empresas, o que influencia no comportamento e na adoção e readequação das práticas organizacionais. Friedman (1984, p. 123) afirma que “há poucas coisas capazes de minar tão profundamente as bases da nossa sociedade livre do que a aceitação por parte dos dirigentes das empresas de uma responsabilidade social que não a de trazer tanto dinheiro quanto possível para seus acionistas”.

Porém, a percepção de Friedman parece singela para o cenário atual, considerando que os interesses das organizações empresariais necessitam ir além do lucro. Dessa forma, a participação da sociedade de forma integrada com a responsabilidade social não contraria aos interesses dos acionistas, sendo que as entidades nos últimos anos são questionadas pela sociedade acerca da implementação de ações socialmente positivas em suas atividades (SIQUEIRA, 2005).

Por conseguinte, é necessária que seja promovida a harmonia entre os aspectos econômicos, sociais e ambientais, facilitando as relações entre a sociedade e as organizações. O conceito de desenvolvimento sustentável foi publicado pela primeira vez em 1987 no relatório *Nosso Futuro Comum*, da Comissão

Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento. Esse conceito propõe que, para ser sustentável, é necessário criar mecanismos que atendam às necessidades do presente sem impedir as gerações futuras de suprirem suas próprias necessidades (BM&FBOVESPA, 2014).

Acredita-se que as razões para adoção de práticas de responsabilidade socioambiental são inúmeras, porém, dentro do escopo teórico da literatura, buscou-se nesse trabalho alinhar as práticas de adoção do relatório de sustentabilidade, com base nas Teorias da Legitimidade e Teoria Institucional, as quais têm respaldo para explicar o comportamento das empresas do Novo Mercado da BM&FBovespa, utilizadas na amostra da pesquisa. Tais teorias são objeto de análise das próximas duas subseções.

2.1 Teoria da Legitimidade

O nível de evidenciação voluntária das organizações é fruto da importância de satisfazer as diversas necessidades dos mais variados tipos de usuários da informação (BEUREN; SÖTHE, 2009). Dias Filho (2007, p. 2) afirma que “um dos recursos teóricos que tem sido proposto nos últimos anos como alternativa para explicar e prever práticas de evidenciação voluntária é a Teoria da Legitimidade”. As companhias, no âmbito institucional, necessitam de aceitação pela sociedade a qual requer delas serviços que atendam às suas necessidades.

Devido à pressão exercida pela sociedade em geral, as empresas buscam reafirmar sua legitimidade, com a adoção de práticas aceitas pela sociedade na qual estão inseridas. Nesse sentido, a sociedade determina as informações que considera relevantes de serem divulgadas pelas companhias e as forças sociais pressionam as empresas para que atendam suas expectativas, com base nas exigências dos consumidores, fornecedores ou por meio de regulamentos (FARIAS, 2008).

Guthrie e Parker (1989) afirmam que a Teoria da Legitimidade baseia-se na ideia de que a empresa opera em sociedade através de um contrato social, no qual se compromete a realizar várias ações socialmente desejadas em troca da aprovação dos seus objetivos, outras recompensas e de sua também sua sobrevivência social.

A Teoria da Legitimidade possui um enfoque sociológico que manifesta o interesse das empresas em se mostrar à sociedade de forma responsável, em alinhamento com as normas e crenças que são aceitas pela maioria e a preocupação com a legitimação externa das organizações (PATTEN, 1992; FARIAS, 2008). Para consolidar essa legitimidade, as companhias utilizam formas de evidenciação de informações socioambientais, mesmo que de caráter voluntário, mas que são reconhecidas mundialmente, como é o caso das diretrizes propostas pela GRI, as quais são utilizadas pelas empresas.

A GRI foi criada em 1997 a fim de estabelecer uma estrutura confiável para a elaboração de relatórios de sustentabilidade, que possa ser utilizada por organizações de todos os tamanhos, setores e localidades. Suas diretrizes têm sido adotadas pelas empresas brasileiras na divulgação do relatório de sustentabilidade.

Para Conceição et al. (2011, p. 463), “enquanto instituições sociais, as empresas operam na sociedade por meio de mandato expresso por contrato social e, para sua manutenção ou permanência, necessitam oferecer produtos, mercadorias ou serviços voltados ao atendimento às necessidades da coletividade”. Esses contratos sociais permanecem vigentes caso as companhias atendam aos anseios da sociedade e para isso é preciso que as empresas firmem sua legitimidade no contexto na qual estão inseridas.

Na visão de Dias Filho (2007, p. 6), a Teoria da Legitimidade “baseia-se na ideia de que existe uma espécie de “contrato social” entre as organizações e a sociedade em que atuam, representando um conjunto de expectativas implícitas ou explícitas de seus membros a respeito da forma como elas devem operar”. Por conseguinte, uma forma da sociedade demonstrar que está cumprindo o referido contrato é por meio da divulgação das informações requeridas pela sociedade.

Gray, Kouhy e Lavers (1995) afirmam que a Teoria da Legitimidade corrobora para o entendimento de práticas sociais corporativas. Por meio dessa teoria é possível perceber como os gestores podem utilizar os relatórios socioambientais para a legitimação externa das companhias. A Teoria da Legitimidade considera que as empresas fazem parte de um sistema de relações sociais amplo que ultrapassa o simples conceito econômico e parte do pressuposto que a sociedade e a economia são inseparáveis, não sendo possível analisar as demonstrações empresariais sem considerar a estrutura social, política e institucional, no âmbito da qual a atividade econômica se desenvolve. Dessa forma, a Teoria da Legitimidade percebe a sociedade como um todo, não fazendo distinção de grupos dentro da sociedade, como a Teoria dos *Stakeholders* considera (NEVES; DIAS, 2012).

De acordo com Eugênio (2010), a divulgação de informações socioambientais pode ser vista como uma técnica de legitimar as atividades da empresa, com a finalidade de conhecer o que a empresa realiza em matéria de proteção ambiental e apoio à sociedade e assim suas atividades empresariais podem vir a tornar-se mais legítimas. Os relatórios de sustentabilidade têm sido os principais meios de comunicação das empresas para divulgação de informação ambiental, e por isso tem recebido atenção dos pesquisadores ao serem fontes legítimas de informação.

Alguns estudos utilizaram a Teoria da Legitimidade para explicar o desempenho e comportamento empresarial. Alves et al. (2013) realizaram um estudo a fim de investigar com base na Teoria da Legitimidade, a relação entre o desempenho econômico e o desempenho ambiental das empresas do Brasil e da Espanha. Foram analisados os dados de 41 empresas brasileiras e 25 espanholas de capital aberto, as quais publicaram o relatório de sustentabilidade no modelo GRI – G3, no ano de 2010, considerando também os dados de 2009. Por meio da análise do Coeficiente de Correlação de *Spearman* e da Análise de Correspondência (Anacor), foi possível perceber que as empresas com atividades de alto impacto ambiental apresentam níveis médio e baixo de desempenho ambiental nos dois países, em conjunto, rejeitando-se, portanto, a hipótese de que as empresas do setor secundário com alto impacto ambiental apresentam alto desempenho ambiental.

As divulgações de informações contábeis do setor público também podem ser explicadas pela Teoria da Legitimidade visto que a entidade pública se utiliza da evidenciação de informações contábeis compulsórias e voluntárias para atender as exigências dos órgãos fiscalizadores e permitir que a sociedade acompanhe os resultados da gestão. Beuren e Söthe (2009) realizaram um estudo com objetivo de analisar a evidenciação de informações contábeis compulsórias e voluntárias que os governos estaduais da região sudeste do Brasil disponibilizam em suas páginas eletrônicas. Foi realizada pesquisa exploratória com abordagem qualitativa, por meio da análise das evidenciações compulsórias e voluntárias, conforme estabelecido pela Lei nº 9.755/1998 e Lei Complementar nº 101/2000. Em seus achados, os autores concluem que as evidenciações compulsórias e voluntárias publicadas são limitadas e não podem atender totalmente as necessidades dos cidadãos.

Gómez e Cerna (2010) pesquisaram sobre a divulgação de práticas de responsabilidade social corporativa no setor bancário chileno. Os autores utilizaram a Teoria da Legitimidade e a análise de conteúdo dos informativos anuais de seis bancos privados chilenos. Os resultados da pesquisa mostram que os bancos divulgam informações sobre responsabilidade social corporativa e durante a análise perceberam diferenças quanto aos meios de divulgação. Os autores verificaram que os bancos chilenos priorizam informações sobre a comunidade, produtos e serviços e tratam com menor importância as questões ambientais. Os achados da pesquisa apontam que a divulgação de informações é um instrumento utilizado pelas empresas para se legitimar perante a sociedade em ambientes em que estão submetidas a maior pressão social e política.

A necessidade de afirmarem sua legitimidade diante de terceiros, tais como a sociedade, impulsiona as empresas a cumprirem padrões aceitos pelo meio no qual estão inseridas, para que tenham reconhecimento e respeito dos envolvidos com as organizações tanto de forma interna como externa. As práticas de responsabilidade socioambiental adotadas pelas empresas podem ser interpretadas também pela Teoria Institucional a qual permite explicar a responsabilidade social por meio da institucionalização de práticas e valores. Para tanto, tal teoria será o objeto da próxima subseção.

2.2 Teoria Institucional

Dimaggio e Powell (1983) consideram que as organizações se tornam semelhantes entre elas, vivendo um processo de homogeneização, ou seja, isomorfismo. Devido as organizações estarem dispostas no mesmo contexto ambiental, se tornam semelhantes entre elas pois não competem somente por recursos e clientes mas também por legitimidade institucional.

O presente estudo corrobora com Aligleri e Souza (2010), os quais correlacionaram e explicaram a responsabilidade social a partir da Teoria Institucional. Para os autores, o fator chave para interpretação do funcionamento das organizações na nova realidade pode ser explicada por antigas teorias, as quais estão em constante lapidação, como é o caso da Teoria Institucional.

De forma recorrente, as empresas são institucionalizadas por caminhos já conhecidos dentro do ambiente das organizações, ou seja, são tratadas como se fossem todas de uma mesma linhagem sem especificidades, o que se pode denominar de isomorfismo, o qual tem poder explicativo nas organizações modernas (ALIGLERI; SOUZA, 2010).

Machado-da-Silva e Fonseca (1996, p. 103) afirmam que:

De acordo com os institucionalistas, as organizações estão inseridas em um ambiente constituído por regras, crenças e valores, criados e consolidados por meio da interação social. Nesse sentido, a sua sobrevivência depende da capacidade de atendimento às orientações coletivamente compartilhadas, cuja permanente sustentação contribui para o êxito das estratégias implementadas e, por conseguinte, para o pleno funcionamento interno. Assim, diante das mesmas prescrições ambientais, as organizações também competem pelo alcance da legitimidade institucional, o que torna suas práticas cada vez mais homogêneas, ou isomórficas.

Ainda no contexto do isomorfismo, Dimaggio e Powell (1983) classificaram os mecanismos institucionais em três tipos: 1) isomorfismo *coercitivo*, que decorre da influência política ou problema da

legitimidade; 2) isomorfismo *mimético*, resultante de respostas padrão à incerteza; e 3) isomorfismo *normativo*, associado à profissionalização.

Assim como a Teoria da Legitimidade, a Teoria Institucional também é utilizada para explicar o desempenho e o comportamento empresarial, derivados das práticas socioambientais. Erro e Sánchez (2012) pesquisaram a respeito do impacto da adesão voluntária ao Pacto Mundial das Nações Unidas e buscaram evidências sobre as motivações que impulsionam um grupo de entidades espanholas a participar dessa iniciativa. Seus achados mostram que as empresas da amostra têm mais de uma razão que as incentiva a participar da iniciativa e de acordo com os dados obtidos, os autores concluem que os processos de isomorfismo mimético e isomorfismo normativo explicam as razões de aderência, visto que as práticas de responsabilidade social são percebidas de forma positiva para a empresa que as divulga e por isso, outras empresas seguem esse tipo de comportamento organizacional.

Santos e Porto (2013) buscaram discutir as condições em que a gestão ambiental pode contribuir com a vantagem competitiva sustentável das empresas com base nos arcabouços da Teoria Institucional e da Visão Baseada em Recursos. Os autores sugeriram sete proposições a partir da reflexão de que as estratégias ambientais geram vantagem competitiva para as entidades que as utilizam. Sob a ótica da Teoria Institucional, as empresas possuem visões distintas das percepções externas, porém, as reações convergindo para o isomorfismo tendem a reduzir o potencial de geração de vantagem competitiva, pois imitando umas às outras, com base no isomorfismo mimético, por exemplo, as organizações acabam se tornando semelhantes uma vez que se imitam.

Warken e Klan (2014) analisaram as forças inovadoras que influenciam uma universidade a adotar práticas de sustentabilidade ambiental, sob a perspectiva da teoria institucional. Os resultados demonstram que as forças de inovação que influenciam a universidade advêm dos ambientes interno e externo e são motivadas por isomorfismo coercitivo, isomorfismo normativo e por isomorfismo mimético. Os autores perceberam que a instituição adota as práticas de sustentabilidade ambiental influenciada preponderantemente pela legislação e profissionalização, ao invés de imitar práticas legitimadas entre as Instituições de Ensino Superior (IES), o que corrobora com outras pesquisas nacionais e internacionais sobre a sustentabilidade em IES.

Gonçalves (2007) realizou um estudo a fim de investigar as mudanças organizacionais aplicáveis a uma empresa pública, propondo um quadro teórico de referência. No plano teórico, tal quadro analítico de referência procura articular os conceitos de cognição e esquemas interpretativos, de um lado, e de ambientes técnico e institucional, de outro. Na esfera empírica, efetiva-se avaliação longitudinal do processo de mudança de uma empresa pública. Por meio de seus resultados o autor percebe que esse quadro poderia ser adotado para o estudo da mudança organizacional em diferentes contextos ambientais. Dessa forma, no presente estudo infere-se que a adoção de práticas sociais, como as diretrizes da GRI para elaboração do relatório de sustentabilidade, pode ser absorvida por diferentes empresas em distintos cenários ambientais, na perspectiva do isomorfismo proposto pela Teoria Institucional.

Kneipp et al. (2012) analisaram a adoção de práticas de gestão para a sustentabilidade em empresas do setor mineral sob a perspectiva da teoria institucional. Os resultados permitiram concluir que para as empresas da amostra, a integração da sustentabilidade com a estratégia ainda se trata de uma preocupação recente e orientada primordialmente para o atendimento das exigências legais e exigências mercadológicas para práticas de gestão social e ambiental. Especificamente, as empresas do setor mineral são impulsionadas por mecanismos de isomorfismo coercitivo, a partir da influência formal dos órgãos governamentais e também isomorfismo normativo na medida em que se adaptam a normas reguladoras na busca por certificações.

A fim do alcance do objetivo estabelecido, o presente estudo baseia-se no comportamento das empresas frente às questões de divulgações socioambientais com base no isomorfismo mimético, no qual se subentende que as organizações se modelam em outras organizações para a tomada de decisões, até mesmo de divulgações voluntárias de informações.

A utilização de modelagem no ambiente organizacional é uma resposta à incerteza. A organização utilizada como modelo pode não ter ciência ou até mesmo intenção de servir de modelo, porém, por ser considerada um resultado de sucesso, acaba sendo copiada por outras empresas, independente da atividade econômica que explora. Os modelos podem ser difundidos involuntariamente e indiretamente, por meio de transferência de empregado ou volume de negócios, ou explicitamente por organizações como empresas de consultoria ou associações (DIMAGGIO; POWELL, 1983).

O processo mimético institucional é resultante de respostas padronizadas frente às incertezas, ou seja, o isomorfismo mimético. Situações ambíguas e ambientes turbulentos influenciam as organizações a adotarem práticas de outras entidades, que estas consideram como práticas de sucesso (DIMAGGIO; POWELL, 1983).

Dimaggio e Powell (1983) afirmam que as empresas adotam inovações para aumentar sua legitimidade e para demonstrar que estão ao menos tentando melhorar suas condições de trabalho. Este

comportamento empresarial pode ser facilmente percebido no aumento das divulgações de informações de caráter socioambiental pelas empresas, as quais têm a necessidade de se mostrarem legítimas frente à sociedade, que exerce pressões para que as companhias se comportem dentro dos padrões desejados pelo meio no qual estão inseridas.

As práticas de responsabilidade social empresarial são cada vez mais utilizadas pelas empresas para que estas alcancem seus objetivos sociais e econômicos perante a sociedade e que satisfaçam as necessidades dos *stakeholders* internos e externos.

Percebe-se que as empresas vêm utilizando estratégias organizacionais que contribuem para sua perenidade e boa relação com a sociedade, o que inclui formas de divulgação mais transparentes de informações socioambientais. Para tanto, após apresentadas as teorias que sustentam a presente pesquisa a próxima seção expõe os procedimentos metodológicos seguidos para a execução do estudo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para composição da amostra, foi pesquisado na página eletrônica da BM&FBovespa quais empresas pertencem ao nível diferenciado do Novo Mercado, sendo listadas 133 empresas as quais pertenciam ao Novo Mercado em Fevereiro de 2015, quando foi realizada a busca. A amostra foi escolhida de forma intencional, considerando que, as companhias que fazem parte dos segmentos diferenciados da BM&FBovespa optam por um maior *disclosure* e divulgam de forma mais transparente as informações. Delimitou-se o estudo ao Novo Mercado devido à dificuldade operacional na busca dos relatórios de sustentabilidade, sendo que requer que sejam realizadas pesquisas individuais nas páginas eletrônicas das organizações a fim de buscar os relatórios para posterior análise de conteúdo.

Após a verificação das empresas a serem estudadas, foi realizada busca nas páginas eletrônicas das companhias para verificar a disponibilização dos relatórios de sustentabilidade do período de 2011 a 2013. O período definido para o estudo se justifica pela fase de transição das versões das diretrizes da GRI, evoluindo da versão G3 para G4 no ano de 2013. A escolha dos três períodos refere-se a possibilidade de percepção de que as práticas socioambientais de divulgação são institucionalizadas nas empresas, ou seja, no caso do relatório de sustentabilidade, de forma usual, ele é apresentado anualmente pelas companhias.

O estudo é descritivo e documental. Os dados analisados foram extraídos dos relatórios de sustentabilidade das empresas do segmento do Novo Mercado da BM&FBovespa, a fim de verificar as empresas que seguiram as diretrizes da GRI para a divulgação do relatório de sustentabilidade e, de forma complementar, identificar quais os níveis de aplicação das diretrizes (G3 e G4) nos relatórios divulgados.

As diretrizes G4 da GRI são uma evolução da versão G3 e buscam oferecer orientações mais adequadas e atualizadas para a preparação eficaz de relatórios de sustentabilidade. Assim sendo, as diretrizes G4 enfatizam a necessidade de as organizações concentrarem o processo de elaboração do relatório e o produto final em tópicos materiais para suas atividades e principais *stakeholders* (partes interessadas ou públicos de interesse). O enfoque na “materialidade” vem a tornar os relatórios mais relevantes, confiáveis e compreensíveis, possibilitando que as organizações ofereçam melhores informações a mercados e à sociedade sobre questões relacionadas à sustentabilidade (GRI, 2013).

Para a consecução do trabalho, primeiramente foi realizada a análise qualitativa das informações descritas nos relatórios de sustentabilidade a fim da realização da posterior tabulação dos dados para alcance do objetivo da presente pesquisa.

Como documento auxiliar a coleta dos dados, foi utilizada uma relação de empresas listadas na BM&FBovespa, na qual constavam as empresas que tinham prática de divulgação de relatórios de sustentabilidade até o ano de 2013.

Após a tabulação dos dados procedeu-se a análise de conteúdo para relacionar os resultados alcançados à luz das Teorias Institucional e da Legitimidade. Segundo Bardin (1977, p. 46) a análise de conteúdo “é a manipulação de mensagens (conteúdo e expressão desse conteúdo), para evidenciar os indicadores que permitam inferir sobre uma outra realidade que não a da mensagem”. Os resultados alcançados estão apresentados na próxima seção.

Desta forma, no estudo serão classificadas as empresas quanto às diretrizes utilizadas para elaboração do relatório de sustentabilidade, para alcance do objetivo elencado na presente pesquisa.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com o intuito de alcançar o objetivo de analisar, sob a perspectiva das Teorias Institucional e da Legitimidade, quais companhias pertencentes ao Novo Mercado da BM&FBovespa aderiram as diretrizes da GRI e identificar qual a versão das diretrizes (G3 ou G4) adotadas pelas companhias e para melhor compreensão dos resultados, os mesmos foram estruturados em duas subseções. Na primeira subseção estão apresentados os dados coletados por meio da busca na página eletrônica das companhias e

segregadas as empresas da amostra que possuem prática de divulgação do relatório de sustentabilidade das demais que não possuem tal prática de divulgação. Na segunda subseção os dados estão analisados sob a perspectiva das Teorias supramencionadas.

4.1 Apresentação dos resultados da pesquisa

A fim de analisar quais companhias listadas no Novo Mercado aderiram às diretrizes da GRI (G3 e G4) para a divulgação de informações por meio do relatório de sustentabilidade no período de 2011 a 2013, foi realizada a análise de conteúdo dos relatórios de sustentabilidade das empresas que possuem tais relatórios divulgados em suas páginas eletrônicas. A coleta de dados revelou que das 133 empresas, 67 não possuem a prática de divulgação do relatório de sustentabilidade e da mesma forma, não foram encontrados os relatórios de algumas companhias, conforme pode ser verificado na listagem de empresas do Quadro 1.

Para a coleta dos dados, considerou-se que “**não possui**” relatório de sustentabilidade as empresas que estavam listadas no documento auxiliar da BM&FBovespa, como não adeptas a elaboração do relatório. Foi considerado como “**não encontrado**” os relatórios das companhias que não tinham os dados disponibilizados em sua página eletrônica e também não havia qualquer menção no documento auxiliar da BM&FBovespa.

QUADRO 1 – Companhias que não possuem ou não foram encontrados os relatórios de sustentabilidade

Nº	Razão Social	Nº	Razão Social
1	BB Seguridade Participações S.A.	35	M. Dias Branco S.A. Ind. Com de Alimentos
2	Brasil Brokers Participações S.A.	36	Magnesita Refratários S.A.
3	Brasil Insurance Participações e Administração S.A	37	Metalfrio Solutions S.A.
4	BR Properties S.A.	38	Mills Estruturas e Serviços de Engenharia S.A.
5	Brasilagro - Cia Bras. de Propriedades Agrícolas	39	Mmx Mineração e Metálicos S.A.
6	Cosan Logística S.A.	40	Odontoprev S.A.
7	CCX Carvão da Colômbia S.A.	41	OGX Óleo e Gás Participações S.A.
8	Cetip S.A. - Mercados Organizados	42	OSX Brasil S.A.
9	Cia Hering	43	Ouro Fino Saúde Animal Participações S.A.
10	CR2 Empreendimentos Imobiliários S.A.	44	Parapanema S.A.
11	CSU Cardsystem S.A.	45	PDG Realty S.A. Empr. e Participações
12	CVC Brasil Operadora e Agência De Viagens S.A.	46	Cia Providência Indústria e Comércio
13	Direcional Engenharia S.A.	47	Prumo Logística S.A.
14	Eneva S.A	48	Qualicorp S.A.
15	EZ TEC Empreend. e Participações S.A.	49	Raia Drogasil S.A.
16	GAEC Educação S.A.	50	Renar Macas S.A.
17	Gafisa S.A.	51	Rodobens Negócios Imobiliários S.A.
18	General Shopping Brasil S.A.	52	Rossi Residencial S.A.
19	Grendene S.A.	53	Ser Educacional
20	Helbor Empreendimentos S.A.	54	Smiles S.A.
21	HRT Participações Em Petróleo S.A.	55	Springs Global Participações S.A.
22	Hypermarcas S.A.	56	Tarpon Investimentos S.A.
23	Ideiasnet S.A.	57	Technos S.A.
24	Iguatemi Empresa de Shopping Centers S.A	58	Tegma Gestão Logística S.A.
25	International Meal Company Holdings S.A.	59	Tempo Participações S.A.
26	JHSF Participações S.A.	60	T4F Entretenimento S.A.
27	Kroton Educacional S.A.	61	TOTVS S.A.
28	Restoque Comércio e Confecções de Roupas S.A.	62	Trisul S.A.
29	Localiza Rent a Car S.A.	63	Tupy S.A.
30	Cia Locação das Américas	64	Unicasa Indústria De Móveis S.A.
31	Log-In Logística Intermodal S.A.	65	Vanguarda Agro S.A.
32	Marisa Lojas S.A.	66	Vigor Alimentos S.A.
33	LPS Brasil - Consultoria de Imóveis S.A.	67	Viver Incorporadora e Construtora S.A.
34	Lupatech S.A.		

FONTE: Elaborado pelos autores (2015)

A partir da elaboração do Quadro 1, depreende-se que das 133 empresas da amostra, 50% não possuem ou não foram encontrados os relatórios de sustentabilidade do período analisado para o presente estudo. Portanto, não é possível fazer inferências sobre a não divulgação do relatório de sustentabilidade por essas empresas, assim como as implicações resultantes da não divulgação visto que esse não foi o objeto de estudo da presente pesquisa e além disso, para obter esse tipo de informação seria necessário que fosse realizado contato com as empresas.

Foi realizada a segregação por setor econômico conforme classificação da BM&FBovespa a fim de verificar o setor com maior representatividade no Novo Mercado devido a não apresentação do relatório de sustentabilidade, a qual pode ser observada no Quadro 2.

QUADRO 2 – Companhias que não possuem ou não foram encontrados os relatórios de sustentabilidade segregadas por setor econômico

Setor econômico	Quantidade de empresas sem relatório (por setor)	Total de empresas por setor listadas no Novo Mercado	% de empresas sem relatório em relação à quantidade total do setor no Novo Mercado
Petróleo, Gás e Biocombustíveis	3	4	75
Materiais Básicos	5	8	62,5
Bens Industriais	5	11	45
Construção e Transporte	17	29	59
Consumo não Cíclico	10	24	42
Consumo Cíclico	16	24	67
Tecnologia da Informação	2	5	40
Telecomunicações	0	1	0
Utilidade Pública	1	9	11
Financeiro e Outros	8	18	44
Totais	67	133	

FONTE: Elaborado pelos autores (2015)

Ao analisar o Quadro 2, é possível verificar que os setores econômicos de Construção e Transporte, Consumo Não Cíclico e Consumo Cíclico se destacam negativamente em comparação a quantidade total de empresas que não divulgaram ou que não foram encontrados os relatórios de sustentabilidade. Porém, ao comparar os resultados com o número total de empresas listadas por setor no Novo Mercado, constata-se que as empresas dos setores econômicos de Petróleo, Gás e Biocombustíveis, Consumo Cíclico e Materiais Básicos não têm predominantemente institucionalizadas as práticas de divulgação de informações socioambientais no relatório de sustentabilidade, sendo que mais de 60% das companhias de cada setor não apresentaram ou não foram encontrados os relatórios de sustentabilidade para o período analisado.

Logo, 66 empresas apresentaram o relatório de sustentabilidade em, no mínimo um ano, do período analisado. Visto que o relatório socioambiental não possui caráter obrigatório, algumas empresas deixaram de divulgar em alguns anos, conforme pode ser constatado no Quadro 3.

QUADRO 3 – Companhias que apresentaram os relatórios de sustentabilidade

Nº	Razão Social	Relatório de Sustentabilidade/ Anual						
		Não GRI*			GRI			
		2011	2012	2013	2011	2012	2013	
				G3	G3	G3	G4	
1	Abril Educação S. A.				x	x		x
2	Aliansce Shopping Centers S.A.	x	x	x				
3	AllAmérica Latina Logística S.A.					x	x	
4	Arezzo Indústria E Comércio S.A.		x	x	x			
5	Arteris S.A.	x		x				
6	B2W - Companhia Digital							x
7	Bematech S.A.	x	x	x				
8	BHG S.A. - Brazil Hospitality Group	x	x	x				
9	Biosev S.A.				x	x	x	
10	BMFBovespa S.A. Bolsa Valores Merc. Fut.				x	x	x	
11	BrMalls Participações S.A.	x	x	x				

		Relatório de Sustentabilidade/ Anual						
		Não GRI*			GRI			
		2011	2012	2013	2011	2012	2013	
Nº	Razão Social				G3	G3	G3	G4
12	Brasil Pharma S.A.		x					
13	Bco Brasil S.A.				x	x		x
14	BRFS.A.				x	x		x
15	CCR S.A.				x	x	x	
16	Cielo S.A.					x	x	
17	Cia Saneamento de Minas Gerais-COPASA				x	x	x	
18	Cosan S.A. Indústria e Comércio				x	x	x	
19	CPFL Energia S.A.				x	x		x
20	CPFL Energias Renováveis S.A.				x	x		x
21	CyrelaCommercialPropert S.A. Empr. Part.	x	x	x				
22	Cyrela BrazilRealty S.A. Empreend. e Part.	x	x	x				
23	Diagnósticos da América S.A.					x	x	
24	Duratex S.A.				x	x		x
25	Ecorodovias Infraestrutura e Logística S.A.				x	x	x	
26	Embraer S.A.				x	x		
27	EDP - Energias Do Brasil S.A.				x	x	x	
28	Equatorial Energia S.A.	x	x	x				
29	Estácio Participações S.A.	x	x					x
30	Eternit S.A.				x	x	x	
31	Even Construtora e Incorporadora S.A.				x	x		x
32	Fertilizantes Heringer S.A.				x	x	x	
33	Fibria Celulose S.A.				x	x		x
34	Fleury S.A.				x	x	x	
35	Indústrias Romi S.A.				x	x	x	
36	lochpe Maxion S.A.	x						
37	JBS S.A.				x	x	x	
38	JSL S.A.				x	x	x	
39	Light S.A.				x	x		x
40	Linx S.A.					x		x
41	Lojas Renner S.A.				x	x		x
42	Magazine Luiza S.A.					x	x	
43	Marfrig Global Foods S.A.				x	x		x
44	Mahle-Metal Leve S.A.	x	x	x				
45	Minerva S.A.				x	x	x	
46	Mrv Engenharia e Participações S.A.					x		x
47	Multipius S.A.	x	x				x	
48	Natura Cosméticos S.A.				x	x		x
49	Porto Seguro S.A.	x	x					x
50	Portobello S.A.	x	x					
51	Positivo Informática S.A.					x		x
52	ProfarmaDistrib. Prod. Farmacêuticos S.A.	x	x	x				
53	QGEP Participações S.A.				x	x		x
54	Cia Saneamento Básico Est. São Paulo				x	x	x	
55	São Carlos Empreend. e Participações S.A.	x	x	x				
56	São Martinho S.A.					x		x
57	Sonae Sierra Brasil S.A.				x	x	x	
58	SLC Agrícola S.A.	x	x	x				
59	Tecnisa S.A.				x	x	x	
60	Tereos Internacional S.A.	x	x	x				
61	Tim Participações S.A.				x	x	x	
62	Tractebel Energia S.A.				x	x	x	
63	TPI- Triunfo Partic. e Invest. S.A.				x	x		x
64	Ultrapar Participações S.A.	x	x	x				
65	Valid Soluções e Serv. Seg. Meios Pag. Ident. S.A.				x			
66	Weg S.A.				x	x	x	
	Total				37	43	25	21

*O termo "Não GRI" foi utilizado para classificar os relatórios anuais e de sustentabilidade que foram apresentados pelas empresas com indicadores e informações diversas, os quais não se referem e não mencionam às diretrizes da GRI.

FONTE: Elaborado pelos autores (2015)

De acordo com o Quadro 3, é possível perceber que das 66 empresas que publicaram o relatório de sustentabilidade no período de 2011 a 2013, somente 17 empresas não divulgaram as informações socioambientais conforme as diretrizes da GRI no período analisado, porém essas empresas elaboraram o relatório de sustentabilidade em outros formatos (Quadro 4):

QUADRO 4 – Companhias que divulgaram informações socioambientais no relatório de sustentabilidade em modelos distintos da GRI.

1. Aliansce Shopping Centers S.A.	10. Iochpe Maxion S.A.
2. Arteris S.A.	11. Mahle-Metal Leve S.A.
3. Bematech S.A.	12. Portobello S.A.
4. BHG S.A. – Brazil HospitalityGroup	13. ProfarmaDistrib. Prod. Farmacêuticos S.A.
5. BrMalls Participações S.A.	14. São Carlos Empreend. e Participações S.A.
6. Brasil Pharma S.A.	15. SLC Agrícola S.A.
7. Cyrela Commercial Propert S.A. Empr. Part.	16. Tereos Internacional S.A.
8. Cyrela Brazil Realty S.A. Empreend. e Part.	17. Ultrapar Participações S.A.
9. Equatorial Energia S.A.	

FONTE: Elaborado pelos autores (2015)

Já as empresas que divulgaram o relatório de sustentabilidade com base nas diretrizes da GRI, nos anos de 2011 e 2012, seguiram as diretrizes da versão G3 da GRI que está em vigor desde o ano de 2006. Em 2011 e em 2012, 37 e 43 empresas divulgaram, respectivamente, o relatório de sustentabilidade pelas diretrizes da GRI, na versão G3, o que representa um aumento na divulgação com base no ano anterior e pode ser explicado pela Teoria Institucional, sendo que as práticas institucionais são implementadas nas empresas e seguidas nos períodos subsequentes as implementações.

Para o ano de 2013, verificou-se que 25 companhias divulgaram o relatório de sustentabilidade pelas diretrizes da GRI, na versão G3 e 21 empresas na versão G4. Portanto, a versão G4 teve como início o ano de 2013 e os resultados de 2013 são considerados parciais tendo em vista que no período da coleta dos dados da pesquisa algumas companhias não haviam disponibilizado o relatório de sustentabilidade referente a este ano. Outro fato relevante é que a versão G3 continua sendo reconhecida pela GRI, no entanto, relatórios publicados após 31 de dezembro de 2015 devem ser elaborados de acordo com as diretrizes G4.

4.2 Análise dos resultados sob a perspectiva das Teorias Institucional e da Legitimidade

Ao analisar, sob a perspectiva das Teorias Institucional e da Legitimidade, quais companhias pertencentes ao Novo Mercado da BM&FBovespa aderiram as diretrizes da GRI e identificar qual a versão das diretrizes (G3 ou G4) adotadas pelas companhias foi possível perceber que as práticas socioambientais são institucionalizadas nas empresas e a mudança de versão da G3 para a G4, caracteriza que as empresas estão respondendo de forma positiva a GRI, com aumento do *disclosure* referente aos indicadores propostos.

Os resultados aqui apresentados corroboram com Dimaggio e Powell (1983), os quais afirmam que a utilização de modelos difundidos pelas empresas são uma resposta a incerteza no ambiente organizacional e que as empresas com base no isomorfismo mimético, acabam copiando práticas de outras empresas, independente da atividade econômica que exploram.

Por meio das informações do Quadro 3 é possível perceber as empresas Cielo S.A., Diagnósticos da América S.A., Linx S.A., Magazine Luiza S.A., Mrv Engenharia e Participações S.A., Positivo Informática S.A. e São Martinho S.A. divulgaram o relatório de sustentabilidade com base na GRI pela primeira vez no ano de 2012. Nota-se que estas companhias não divulgavam outro modelo de relatório socioambiental, o que se relaciona com a Teoria Institucional com base no isomorfismo mimético, sendo que as empresas adotam práticas de outras empresas consideradas como modelos.

Os resultados coadunam-se com Erro e Sanchez (2012), os quais perceberam em um grupo de empresas espanholas que as práticas de responsabilidade social são percebidas de forma positiva para a empresa que as divulga e por isso, outras empresas seguem esse tipo de comportamento organizacional, o que muitas vezes independe do setor de atuação. No caso das diretrizes da GRI, o modelo é reconhecido mundialmente e de acordo com Gonçalves (2007) a adoção de práticas sociais pode ser absorvida por diferentes empresas, em distintos cenários ambientais, na perspectiva do isomorfismo proposto pela Teoria Institucional.

O isomorfismo percebido nos resultados corrobora com Machado-da-Silva e Fonseca (1996), os quais afirmam que devido as organizações estarem inseridas em um ambiente constituído por regras e consolidados por meio de interação social, as organizações competem por legitimidade e tornam suas práticas isomórficas, ou seja, as empresas acabam sendo modelos para outras e são consideradas de uma mesma linhagem, devido suas semelhanças.

A adoção do relatório de sustentabilidade pelas empresas também pode ser explicada pela Teoria de Legitimidade, visto que, estas buscam divulgar suas ações socioambientais, dentre outros motivos, como uma tentativa de firmar sua legitimidade perante a sociedade, a qual por meio de seus diversos atores

sociais (*stakeholders*) vem exercendo influência direta sobre as decisões das empresas. Os estudos de Beuren e Söthe (2009), Gómez e Cerna (2010) e Alves (2013), permitem perceber que independente do setor de atuação das empresas, a tentativa de reafirmar a legitimidade perante a sociedade e satisfazer as necessidades de informações dos *stakeholders* está presente nas organizações em geral e para isso as empresas buscam alternativas que possibilitem alcançar esse objetivo.

Ao fazer uma análise geral da amostra da pesquisa, nota-se que o segmento do Novo Mercado da BM&FBovespa possui adesão parcial a GRI, ou seja, do total de 133 empresas da amostra, 49 já apresentaram o relatório de sustentabilidade pelas diretrizes da GRI, em pelo menos um ano com base no período analisado. Embora a adoção do segmento seja parcial, percebe-se que a aderência das empresas ao relatório de sustentabilidade é uma prática que está ocorrendo de forma gradual, visto que cada vez mais empresas procuram apresentar informações socioambientais para os usuários como uma tentativa de firmar a legitimidade. Este resultado corrobora com Eugénio (2010), a qual afirma que a divulgação de informações socioambientais pode ser vista como uma técnica de legitimar as atividades da empresa, com a finalidade de conhecer o que a empresa realiza em matéria de proteção ambiental e apoio à sociedade e assim suas atividades empresariais podem vir a tornar-se mais legítimas.

Visto que as práticas de divulgação do relatório de sustentabilidade implantadas nas empresas geralmente têm continuidade nos anos posteriores, este comportamento pode ser explicado pelas duas teorias selecionadas para o presente estudo, visto que estas práticas ficam institucionalizadas nas empresas, entre outros objetivos, como forma de firmar a legitimidade. Porém, é necessário destacar que devido a não obrigatoriedade de apresentação do relatório de sustentabilidade por parte das empresas, algumas companhias não o divulgam anualmente, ou seja, deixam de divulgar em alguns períodos, tais como a Artenis S.A., Brasil Pharma S.A., Iochpe Maxion S.A. e Valid Soluções e Serv. Seg. Meios Pag. Ident. S.A., ou seja, nessas companhias as práticas sociais não foram institucionalizadas como forma de firmar a legitimidade.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar sob a perspectiva das Teorias Institucional e da Legitimidade, quais companhias pertencentes ao Novo Mercado da BM&FBovespa aderiram às diretrizes da GRI, buscando responder a seguinte questão de pesquisa: as companhias listadas no Novo Mercado aderiram às diretrizes da GRI (G3 e G4) para a divulgação de informações por meio do relatório de sustentabilidade?

Ao se considerar a não obrigatoriedade de divulgações socioambientais pelas empresas, os motivos para adesão das empresas as diretrizes de relatórios sustentáveis são os mais variados. Dessa forma, existe heterogeneidade de informações nos relatórios sociais sendo que as empresas divulgam as informações que consideram mais relevantes para os usuários. Entende-se que o impulso para esse tipo de divulgação se relaciona com a Teoria da Legitimidade, como forma de firmar a legitimidade perante a sociedade e com a Teoria Institucional, com base no isomorfismo mimético, pois as empresas acabam utilizando modelos de outras empresas para a divulgação de informações socioambientais, independente muitas vezes do setor de atuação, mas influenciadas pelo contexto social e cultural em que estão inseridas.

Para alcance do objetivo, realizou-se a busca nas páginas eletrônicas das companhias para verificar a disponibilização dos relatórios de sustentabilidade do período de 2011 a 2013. Foi necessária análise inicial das informações descritas nos relatórios de sustentabilidade a fim da realização da posterior tabulação dos dados para alcance do objetivo da presente pesquisa. Após a tabulação dos dados procedeu-se a análise de conteúdo para relacionar os resultados alcançados à luz das teorias da Legitimidade e Teoria Institucional.

Das 133 empresas pesquisadas, 49 já apresentaram relatório de sustentabilidade pelas diretrizes da GRI, com base no período analisado. Ao analisar-se a divulgação durante o período, depreende-se que as empresas buscam divulgar práticas de sustentabilidade nos relatórios para reafirmar sua legitimidade perante a sociedade. Da mesma forma as companhias utilizam práticas de divulgação com base em outras empresas modelos, como é o caso da adesão as diretrizes da GRI pelas companhias, o que se pode relacionar com a Teoria Institucional com base no isomorfismo mimético, conforme mencionado por Dimaggio e Powell (1983).

Os resultados da pesquisa permitem concluir que, embora exista uma busca das empresas pela divulgação de informações socioambientais e apesar de a amostra escolhida ser de empresas do Novo Mercado, as quais possuem práticas mais transparentes de evidenciação de informações, algumas companhias não tratam a temática com a devida importância, visto que 67 das 133 empresas da amostra não disponibilizaram ou não possuem o relatório de sustentabilidade, o que representa aproximadamente 50% da amostra.

No ano de 2013 verificou-se que 25 companhias divulgaram o relatório de sustentabilidade pelas

diretrizes da GRI na versão G3 e 21 empresas na versão G4. Com base nisto, depreende-se que as práticas sociais são institucionalizadas nas empresas e a mudança de versão da G3 para a G4, caracteriza que as empresas estão respondendo de forma positiva a GRI, com aumento do *disclosure* referentes aos indicadores propostos pelo modelo.

Os achados da pesquisa contribuem para a percepção do comportamento das empresas frente às questões socioambientais. Percebeu-se que as companhias têm a necessidade de firmar sua legitimidade perante a sociedade por meio de práticas socialmente responsáveis e de divulgações socioambientais. Verificou-se que uma das formas de divulgação de suas práticas é por meio da elaboração do relatório de sustentabilidade, em que foi percebida uma crescente aderência pelas empresas para o período analisado.

Em relação ao isomorfismo, devido ao ambiente de incerteza no qual as companhias estão inseridas e considerando que diretrizes da GRI são reconhecidas mundialmente, a adoção desse tipo de relatório pode ser absorvida por diferentes empresas, em distintos cenários ambientais. A utilização de modelos difundidos é uma resposta à incerteza no ambiente organizacional, pois as empresas acabam copiando práticas de outras empresas, independente da atividade econômica que exploram.

Visto que foi analisado somente o segmento do Novo Mercado da BM&FBovespa, para um período específico, os resultados do presente estudo não devem ser generalizados para outras amostras. Para trabalhos futuros, sugere-se que: a análise seja expandida longitudinalmente na presente amostra; seja replicado o estudo em diferentes amostras, tais como os demais níveis diferenciados da BM&FBovespa a fim de verificar a adesão da GRI pelas empresas e da mesma forma, analisar outros modelos de divulgação social que estão sendo utilizados pelas empresas como o *Integrated Reporting*, sejam realizadas análises quantitativas que permitam a avaliação dos efeitos da adesão às diretrizes no desempenho das organizações estudadas, seja ele financeiro ou de mercado de capitais. Além disso, podem ser desenvolvidas análises quantitativas comparativas do desempenho das empresas que aderiram às diretrizes e daquelas que não aderiram.

REFERÊNCIAS

- ALIGLERI, Lilian; SOUZA, Rafael Borim de. A contribuição da Teoria Institucional para a compreensão do modelo de gestão socialmente responsável adotado pelas empresas contemporâneas. **Gestão & Tecnologia**. Pedro Leopoldo, v. 10, n. 2, p. 1-15, ago.-dez. 2010.
- ALVES, José Flávio Vasconcelos; DE LUCA, Márcia Martins Mendes; CARDOSO, Vanessa Ingrid da Costa; VASCONCELOS, Alessandra Carvalho de. Relação entre desempenho econômico e desempenho ambiental de empresas no Brasil e na Espanha. **Ambiente Contábil**. Natal, v. 5, n. 2, p. 151-172, jul.-dez. 2013.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BEUREN, Ilse Maria; SÖTHE, Ary. A Teoria da Legitimidade e o custo político nas evidenciações contábeis dos governos estaduais da região Sudeste do Brasil. **Revista de Contabilidade e Organizações**. Ribeirão Preto, v. 3, n. 5, p. 98-120, jan.-abr. 2009.
- BM&FBovespa. Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros [2014]. Sustentabilidade. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/pt-br/a-bmfbovespa/sustentabilidade.aspx?idioma=pt-br>>. Acesso em 06 jul. 2014.
- CONCEIÇÃO, Sérgio Henrique da; DOURADO, Gilson Barbosa; BAQUEIRO, Ana Gabriela; FREIRE, Simone; BRITO, Pauline das Chagas. Fatores determinantes no *disclosure* em Responsabilidade Social Corporativa (RSC): um estudo qualitativo e quantitativo com empresas listadas na Bovespa. **Gestão & Produção**. São Carlos, v. 18, n. 3, p. 461-472, 2011.
- DIAS FILHO, J. M. Políticas de evidenciação contábil: um estudo do poder preditivo e explicativo da Teoria da Legitimidade. In: EnANPAD, 31. **Anais...** Rio de Janeiro: EnANPAD, 2007. 1 CD-ROM.
- DIMAGGIO, Paul J.; POWELL, Walter W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. **American Sociological Review**, v. 48, p. 147-160, Apr. 1983.
- EUGÊNIO, Teresa. Avanços na divulgação de informação social e ambiental pelas empresas e a Teoria da Legitimidade. **Universo Contábil**. Blumenau, v. 6, n. 1, p. 102-118, jan.-mar. 2010.
- ERRO, Ainhoa Garair; SÁNCHEZ, José Antonio Calvo. Joining the un Global Compact in Spain: an institutional approach. **Revista de Contabilidad - Spanish Accounting Review**, v. 15, n. 2, p. 287-355, jul.-dez. 2012.
- FARIAS, Kelly Teixeira Rodrigues. **A relação entre a divulgação ambiental, desempenho ambiental e desempenho econômico nas empresas brasileiras de capital aberto**: uma pesquisa utilizando equações simultâneas. Ribeirão Preto, 2008. 189 f. Dissertação [Mestrado em Controladoria e Contabilidade] – Faculdade de Economia Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo.
- FRIEDMAN, Milton. **Capitalismo e liberdade**. São Paulo: Abril Cultural, 1984.
- GÓMEZ, Nagore Aranguren; CERNA, Luis Martinez. Divulgación de información sobre responsabilidad social por los bancos chilenos: una aproximación desde la teoría de la legitimidad. **Economía Global e Gestão**, v. 15, n. 2, p. 115-135, 2010.

- GONÇALVES, Sandro A. Mudança estratégica, esquemas interpretativos e contexto institucional: um estudo de caso longitudinal. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, Campo Largo, v. 6, n. 2, nov. 2007.
- GRAY, Rob; KOUHY, Reza; LAVERS, Simon. 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, 1995.
- GRI. **Diretrizes para relatório de sustentabilidade**. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/languages/Portuguesebrazil/Pages/Elabora%C3%A7%C3%A3o-de-relat%C3%B3rios-de-sustentabilidade.aspx>>. Acesso em: 05 maio 2014.
- GRI. **Diretrizes para relato de sustentabilidade**. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/pt-br/a-bmfbovespa/download/GRI-G4-Principios-para-Relato-e-Conteudos-Padrao.pdf>>. Acesso em: 30 maio 2015.
- GUTHRIE, James; PARKER, Lee D. Corporate Social Reporting: a rebuttal of Legitimacy Theory. **Accounting and Business Research**, v. 19, n. 76, p. 343-352, 1989.
- KNEIPP, Jordana Marques; GOMES, Cláudia Maffini; BICHUETI, Roberto Schoproni; MACCARI, Emerson Antonio. Gestão para a sustentabilidade em empresas do setor mineral. **Revista de Ciências da Administração**. Florianópolis, v. 14, n. 33, p. 52-67, ago. 2012.
- MACEDO, Marcelo Alvaro da Silva; CÍPOLA, Fabrício Carvalho. Análise do desempenho socioambiental no setor siderúrgico brasileiro. **Revista de Contabilidade e Organizações**. Ribeirão Preto, v. 3, n. 7, p. 60-77, 2009.
- MACHADO-DA-SILVA, Clóvis L., FONSECA, Valéria Silva da. Competitividade organizacional: uma tentativa de reconstrução analítica. **Organizações e Sociedade**, v. 4, n. 7, p. 97-114, dez. 1996.
- NEVES, Maria Elisabete Duarte; DIAS, Antonio Carlos Gomes. Responsabilidade social corporativa: teorias predominantes na investigação em contabilidade. **Razão Contábil & Finanças**. Fortaleza, v. 3, n. 1, jan.-jun. 2012.
- PATTEN, Dennis M. Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory. **Accounting, Organization and Society**, v. 17, n. 5, p. 471-475, 1992.
- SANTOS, Patrick Michel Finazzi; PORTO, Rafael Barreiros. A gestão ambiental como fonte de vantagem competitiva sustentável: contribuições da visão baseada em recursos e da teoria institucional. **Revista de Ciências da Administração**. Florianópolis, v. 15, n. 35, p. 152-167, abr. 2013.
- SIQUEIRA, José Ricardo Maia de. Balanço Social: evidenciação da responsabilidade social. In: FERREIRA, Aracéli Cristina de Sousa; SIQUEIRA, José Ricardo Maia de; GOMES, Mônica Zaidan. (Orgs.) **Contabilidade ambiental e relatórios sociais**. São Paulo: Atlas, 2012.
- WARKEN, Ines Liane Menzel; KLAN, Roberto Carlos. Sustentabilidade ambiental: um estudo sob a perspectiva da teoria institucional. **Contabilidade e Negócios**. Blumenau, v. 9, n. 18, p. 99-113, 2014.

