

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE**  
**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**MILENA BELO MATTOS**

**RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE: FERRAMENTA DE *ACCOUNTABILITY***  
**OU ESTRATÉGIA DE MARKETING CORPORATIVO?**

**NITERÓI**

**2022**

**MILENA BELO MATTOS**

**RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE: FERRAMENTA DE *ACCOUNTABILITY*  
OU ESTRATÉGIA DE MARKETING CORPORATIVO?**

Trabalho apresentado a Universidade Federal Fluminense, como requisito para obtenção de título de Bacharel.  
Orientadora: Prof. Dra. Cintia de Melo de Albuquerque Ribeiro.

**NITERÓI**

**2022**

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE**  
**FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS**  
**DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**FOLHA DE APROVAÇÃO**

**MILENA BELO MATTOS**

**RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE: FERRAMENTA DE ACCOUNTABILITY  
OU ESTRATÉGIA DE MARKETING CORPORATIVO?**

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção de título de Bacharel em Ciências Contábeis, pela Universidade Federal Fluminense.

Aprovado em: 19 / 07 / 2022 .

**Banca Examinadora**

Cintia de Melo de Albuquerque  
Ribeiro  
cintiaalbuquerque@id.uff.br:05699161783  
783

Assinado de forma digital por Cintia de  
Melo de Albuquerque Ribeiro  
cintiaalbuquerque@id.uff.br:05699161783  
Dados: 2022.08.04 09:14:24 -03'00'

---

Prof. Dra. Cintia de Melo de Albuquerque Ribeiro.

Universidade Federal Fluminense – Niterói (RJ)  
JOSE PAULO COSENZA  
jpcosenza@id.uff.br:34790942791

Assinado de forma digital por JOSE PAULO COSENZA  
jpcosenza@id.uff.br:34790942791  
Dados: 2022.08.10 13:11:23 -03'00'

---

Prof. Dr. José Paulo Cosenza.

Universidade Federal Fluminense – Niterói (RJ)  
Miriam Assuncao de Souza Lepsch  
maslepsch@id.uff.br:41947657704

Assinado de forma digital por Miriam Assuncao de Souza Lepsch  
maslepsch@id.uff.br:41947657704  
Dados: 2022.08.16 22:33:45 -03'00'

---

Prof. Dra. Miriam Assunção de Souza Lepsch.  
Universidade Federal Fluminense – Niterói (RJ)

Ficha catalográfica automática - SDC/BAC  
Gerada com informações fornecidas pelo autor

M435r Mattos, Milena Belo  
Relatórios de Sustentabilidade : ferramenta de  
accountability ou estratégia de marketing corporativo? /  
Milena Belo Mattos ; Cíntia de Melo de Albuquerque Ribeiro,  
orientadora. Niterói, 2022.  
49 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências  
Contábeis)-Universidade Federal Fluminense, Faculdade de  
Administração e Ciências Contábeis, Niterói, 2022.

1. Demonstração Contábil. 2. Desenvolvimento  
Sustentável. 3. Produção intelectual. I. Ribeiro, Cíntia  
de Melo de Albuquerque, orientadora. II. Universidade Federal  
Fluminense. Faculdade de Administração e Ciências  
Contábeis. III. Título.

CDD -

Dedico a minha família por sempre confiar em mim, aos meus amigos pelo apoio ao longo da caminhada e a professora Cintia por todo suporte durante o desenvolvimento deste trabalho.

## RESUMO

A percepção de que a atividade empresarial causa impactos significativos – sejam esses positivos ou negativos – sobre a sociedade e o meio ambiente, tornou os consumidores mais vigilantes quanto ao comportamento das empresas. Hoje, a sociedade busca priorizar companhias que possuem uma imagem responsável perante as esferas social e ambiental, sendo possível observar também, nesse contexto, o aumento das publicações voluntárias dos Relatórios de Sustentabilidade. O objetivo dessa pesquisa é, portanto, realizar uma análise qualitativa e quantitativa da divulgação dos relatórios de sustentabilidade das três maiores empresas do setor de energia elétrica que compuseram a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 (ISE B3) 2020, buscando identificar se estão sendo utilizados como ferramenta de *accountability* ou apenas como estratégia de marketing corporativo para divulgação das benesses promovidas pelas empresas. O estudo se classifica como exploratório e descritivo, desenvolvendo a análise proposta por meio de quatro parâmetros: abrangência, comparabilidade, transparência e viés para potencialização de resultados. Como conclusão, constatou-se que os demonstrativos de sustentabilidade ainda são utilizados como ferramenta de marketing, devido principalmente à baixa abrangência dos relatórios (verificada pela aderência aos critérios da NBC T 15) e à utilização de viés para potencialização de resultados (verificado pela presença de informações enviesadas ao longo do material). Os resultados dessa pesquisa atentam para o uso distorcido dessa ferramenta, o que contribui para reforçar a necessidade da criação de normas que regulamentem sua divulgação.

**Palavras - Chave:** relatório de sustentabilidade, *accountability*, marketing corporativo.

## **ABSTRACT**

The perception that business activities cause significant impacts - whether positive or negative - on society and the environment has made consumers more vigilant about the behavior of companies. Today, society seeks to prioritize companies that have a socially and environmentally responsible image, and it is also possible to observe, within this context, an increase in the voluntary publication of Sustainability Reports. The purpose of this research is, therefore, to conduct a qualitative and quantitative analysis of the disclosure of the sustainability reports of the three largest companies in the electric power sector that make up the portfolio of the B3 Corporate Sustainability Index (ISE B3) 2020, seeking to identify whether they are being used as an accountability tool or just as a corporate marketing strategy to publicize the benefits promoted by the companies. The study is classified as exploratory and descriptive, developing the proposed analysis by means of four parameters: comprehensiveness, comparability, transparency, and bias for potentiating results. As a conclusion, it was found that sustainability statements are still used as a marketing tool, mainly due to the low comprehensiveness of reports (verified by adherence to NBC T 15 criteria) and the use of biases to enhance results (verified by the presence of biased information throughout the material). The results of this research highlight the distorted use of this tool, which contributes to reinforce the need for the creation of standards that regulate its disclosure.

**Keywords:** sustainability reporting, accountability, corporate marketing.

## **LISTA DE FIGURA**

Figura 1 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (Pacto Global).....	18
---	----



## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Elementos de Conteúdo (IIRC).....	23
Quadro 2 - Elementos contemplados pela NBC T 15 .....	27
Quadro 3 - Parâmetros de Análise.....	29
Quadro 4 - Balanço Ambiental.....	30
Quadro 5 - Balanço de Recursos Humanos.....	31
Quadro 6 – Balanço de Benefícios e Contribuições para a Sociedade.....	32
Quadro 7 - Demonstração do Valor Adicionado (DVA).....	32
Quadro 8 - Parâmetro da Comparabilidade .....	33
Quadro 9 - Parâmetro da Transparência.....	33
Quadro 10 - Variáveis Numéricas de Análise .....	34
Quadro 11 - Pontuação por Parâmetro .....	34

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Ranking - Setor Elétrico ISE 2020 .....	28
Tabela 2 - Resultado Balanço Ambiental .....	35
Tabela 3 - Resultado Balanço de Recursos Humanos .....	36
Tabela 4 - Resultado Balanço de Benefícios e Contribuições à Sociedade.....	37
Tabela 5 - Resultado Demonstração do Valor Adicionado (DVA).....	38
Tabela 6 - Resultado Parâmetro da Transparência .....	38
Tabela 7 - Pontuação Geral .....	40
Tabela 8 - Resultado Parâmetro da Comparabilidade .....	40

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CDP – *Carbon Disclosure Project*

Cemig – Companhia Energética de Minas Gerais

CFC – Conselho Federal de Contabilidade

Copel – Companhia Paranaense de Energia

DJSI – *Down Jones Sustainability Index*

DVA – Demonstração do Valor Adicionado

ESG – *Environmental, Social and Governance*

Fides – Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social

Fipecafi – Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras

GRI – *Global Reporting Initiative*

IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

IFC – *International Finance Corporation*

IFRS – *International Financial Reporting Standards*

IIRC – *International Integrated Reporting Council*

ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial

ISSB – *International Sustainability Standards Board*

NBC – Norma Brasileira de Contabilidade

RSC – Responsabilidade Social Corporativa

SASB – *Sustainability Accounting Standards Board*

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>12</b>
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO .....	12
1.2	PROBLEMA DE PESQUISA .....	13
1.3	OBJETIVOS DA PESQUISA .....	13
1.4	MÉTODO DE PESQUISA.....	14
1.5	JUSTIFICATIVA .....	14
1.6	RELEVÂNCIA.....	15
1.7	ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO .....	15
<b>2</b>	<b>REVISÃO DA LITERATURA</b> .....	<b>15</b>
2.1	CONSCIÊNCIA SOCIAL E AMBIENTAL.....	15
2.2	RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC) E <i>ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE</i> (ESG) .....	19
2.3	RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE.....	20
2.4	<i>ACCOUNTABILITY</i> .....	24
2.5	MARKETING SOCIAL CORPORATIVO E O <i>GREENWASHING</i> .....	25
2.6	NORMA BRASILEIRA DE CONTABILIDADE T 15 .....	26
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA</b> .....	<b>27</b>
3.1	CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA .....	27
3.2	UNIDADE DE ANÁLISE .....	28
3.3	PROCEDIMENTO DE COLETA E ANÁLISE DOS DADOS .....	29
3.4	LIMITAÇÃO DO ESTUDO .....	34
<b>4</b>	<b>APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS</b> .....	<b>34</b>
4.1	PARÂMETRO DA ABRANGÊNCIA.....	34
4.2	PARÂMETRO DA TRANSPARÊNCIA.....	38
4.3	PONTUAÇÃO GERAL – ABRANGÊNCIA E TRANSPARÊNCIA.....	39
4.4	PARÂMETRO DE COMPARABILIDADE .....	40
4.5	PARÂMETRO DO VIÉS PARA POTENCIALIZAÇÃO DOS RESULTADOS	40
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>43</b>
<b>6</b>	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	<b>44</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Os fenômenos derivados da ação antrópica, como a poluição atmosférica e a extinção de espécies (CUNHA E RODRIGUES, 2019), por exemplo, vem há muitas décadas sendo colocados em pauta. Não obstante, as temáticas sociais como concentração de renda, pobreza, diversidade étnica, empoderamento feminino e desemprego, também ganharam espaço nas principais discussões da sociedade sobre suas adversidades nos últimos anos.

Isto porque, a sociedade não está apenas preocupada com as mudanças ambientais e suas consequências, mas também com o papel que exercem nessa problemática (ANDREOLI; LIMA; PREARO, 2017). Todas essas preocupações acabaram ganhando ainda mais força nos debates populares devido à pandemia do coronavírus. A Covid-19 evidenciou necessidades sociais como a presença do Estado, mostrando a fragilidade de uma economia excludente e alertando para emergência de uma união social que construa alternativas solidárias à concentração de renda e a irresponsabilidade ambiental e social observadas atualmente (PONTES, 2020).

Com o desdobrar de todas essas discussões socioambientais veio, pois, o entendimento de que não só a sociedade influencia em tais aspectos como principalmente as empresas exercem um papel significativo sobre eles. Consequentemente, em tendência mais recente, a população passou a cobrar maiores posicionamentos das instituições sobre os impactos causados por elas, posicionamentos estes que evidenciassem as ações desenvolvidas para mitigar a degradação ambiental e minimizar os desequilíbrios sociais inerentes ao sistema capitalista vigente (RIBEIRO et al., 2020).

Diante destas exigências e pressões, as companhias identificaram a necessidade de vincular sua imagem a tópicos de responsabilidade socioambiental, levando a uma mudança de paradigma (FENKER, DIEHL e ALVES, 2013; SILVA; LOPES, 2014) com a adoção de uma postura mais sustentável.

Nessa linha, o relatório de sustentabilidade é uma demonstração que auxilia no processo de comunicar as contribuições das companhias à sociedade, pois exhibe aos *stakeholders* e *shareholders* informações sobre o desempenho organizacional e pode ser considerado uma resposta às mudanças e demandas sociais (DAUB, 2007).

## 1.2 PROBLEMA DE PESQUISA

Pesquisas anteriores analisaram o nível de divulgação de informações socioambientais (LINS; SILVA, 2009), a transparência das atividades (MARQUES; BRONDANI, 2015), a divulgação ou não de relatórios de sustentabilidade ou balanço social (GONTIJO; AZEVEDO; MENDONÇA, 2019) e se há alinhamento entre os eixos temáticos do programa “Em boa companhia” da BM&FBovespa com as informações socioambientais divulgadas pelas empresas que participaram do programa (IGARASHI et al., 2020). No entanto, enquanto os dois primeiros estudos não apresentam uma base teórica para fundamentar os elementos analisados, o de Gontijo, Azevedo e Mendonça (2019) é limitado a identificar a divulgação ou não de relatório de sustentabilidade ou balanço social, assim como o de Igarashi et al (2020) investiga um programa específico.

Pesquisa realizada por Siqueira e Fernandes (2009) utilizou quatro parâmetros para analisar a qualidade dos balanços sociais de empresas que tinham este relatório divulgados no site <http://www.balancosocial.org.br/empresas.htm>. Os autores concluíram que os balanços sociais brasileiros das empresas estudadas se aproximavam mais de um instrumento de marketing do que de uma demonstração com real possibilidade de medir o impacto social de uma organização.

Hoje, verifica-se um avanço nas divulgações socioambientais com relação ao nível de *disclosure* dos relatórios e, diante deste contexto, surge a questão que norteia esta pesquisa: até que ponto os atuais relatórios de sustentabilidade de empresas participantes do Índice de Sustentabilidade da B3 estão sendo utilizados como ferramenta de *accountability* e não mais como estratégia de marketing corporativo?

## 1.3 OBJETIVOS DA PESQUISA

O objetivo geral do estudo é realizar uma análise qualitativa e quantitativa da divulgação dos relatórios de sustentabilidade das três maiores empresas do setor de energia elétrica que compuseram a carteira do Índice de Sustentabilidade da B3 (ISE B3) 2020, buscando identificar se eles estão sendo utilizados como ferramenta de *accountability* ou apenas como estratégia de marketing corporativo. Para alcançar o objetivo geral da pesquisa, objetivos específicos foram estabelecidos:

- a) explorar o conceito dos relatórios de sustentabilidade, abarcando sua contextualização histórica e os diferentes tipos de abordagens que assume;
- b) apurar o significado do termo *accountability* e sua aplicação;
- c) identificar a importância das estratégias de marketing para as empresas e como elas se adaptaram às demandas atuais;
- d) analisar a divulgação dos balanços de sustentabilidade pelas companhias que integraram o ISE 2020, identificando se o fazem como forma de *accountability* ou como estratégia de marketing.

#### 1.4 MÉTODO DE PESQUISA

Para alcançar o objetivo principal da pesquisa foi realizada uma pesquisa documental com base nos relatórios de sustentabilidade das três maiores empresas de energia elétrica que performaram no ISE 2020. Os parâmetros para análise foram baseados em Siqueira e Fernandes (2009) e em Moura, Mamedes e Brun (2021).

#### 1.5 JUSTIFICATIVA

É inegável que as empresas causam impactos ao meio ambiente e à sociedade ao exercerem suas funções, não importa qual seja o ramo de sua atividade, o que leva a uma necessidade de maior *disclosure*, *accountability* e boas práticas de governança corporativa (ROVER et al., 2012) para que seja possível mensurar esses impactos. No entanto, Siqueira e Fernandes (2009) evidenciaram que as empresas utilizavam de seus balanços de sustentabilidade mais como uma peça de marketing do que como instrumento de *accountability*.

Nesse contexto, observa-se um crescimento exponencial do marketing verde (*greenwashing*), onde as companhias passam a se valer da crescente preocupação da população em torno de questões socioambientais em favor de seus produtos e serviços mais responsáveis (DANGELICO, VOCALELLI, 2017).

Portanto, é necessário que haja constante vigilância sob a qualidade das informações divulgadas pelas empresas para que seja possível cobrar tanto uma postura mais transparente dos gestores quanto uma regulamentação mais efetiva que viabilize a elaboração de relatórios transparentes, auditáveis e comparáveis.

Além disso, estudar companhias que fazem parte do índice de sustentabilidade é importante na medida em que se espera que empresas pertencentes a esse tipo de iniciativa sejam motivadas a uma maior evidenciação socioambiental (GONTIJO; AZEVEDO; MENDONÇA, 2019; CRUZ et al., 2019).

## 1.6 RELEVÂNCIA

Esta pesquisa é relevante para o campo acadêmico, uma vez que busca ampliar o arcabouço teórico dos estudos relacionados aos relatórios de sustentabilidade. Para o campo prático, é relevante na medida em que seus resultados podem auxiliar no despertar da atenção da sociedade para a tendenciosidade dos discursos das empresas ditas socialmente responsáveis. Além disso, traz evidências da necessidade de criação de maior regulamentação e orientação para divulgação de informações socioambientais, as quais são indispensáveis para que a sociedade conheça os impactos gerados pelas companhias nas mais diversas esferas.

## 1.7 ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO

Esta pesquisa está organizada em seis capítulos a contar com esta introdução. Em seguida, apresenta-se o capítulo de fundamentação teórica, no qual conceitos importantes para compreensão do tema são discutidos. No capítulo 3, é apresentada a metodologia adotada e explicado o procedimento seguido para alcance dos objetivos. No capítulo 4, são apresentados os resultados obtidos a partir da análise proposta, reunindo informações quantitativas e qualitativas que ajudam a compreender o fenômeno estudado. No capítulo 5, tem-se a conclusão, que traz o desfecho do presente trabalho respondendo ao questionamento do problema de pesquisa. Por fim, no último capítulo, tem-se as referências bibliográficas utilizadas para fundamentar todo o conteúdo.

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

### 2.1 CONSCIÊNCIA SOCIAL E AMBIENTAL

Não é de hoje que se observam grandes discussões quando as pautas são o meio ambiente e a sociedade. O primeiro grande marco do debate de temas sociais foi a I Conferência



Mundial de Direitos Humanos das Nações Unidas, que ocorreu em Teerã, dos dias 22 de abril a 13 de maio de 1968:

Dentre as resoluções adotadas, algumas merecem destaque especial por sua transcendência, a saber, as resoluções XXII (sobre a ratificação ou adesão universal pelos Estados aos instrumentos internacionais de direitos humanos); VIII (sobre a realização universal do direito a autodeterminação dos povos); XVII (sobre o desenvolvimento econômico e os direitos humanos); XXI (sobre a realização dos direitos econômicos, sociais e culturais); III, IV, VI e VII (sobre a eliminação do apartheid e de todas as formas de discriminação racial); IX (sobre os direitos da mulher); X (sobre regras modelo de procedimento para órgãos de supervisão de violações de direitos humanos); XX (sobre educação em matéria de direito humanos); e XXIII (sobre os direitos humanos em conflitos armados). (TRINDADE, 2014, p. 15).

O texto apresentado na conferência resumiu a nova visão que se pretendia instalar para as relações de direitos humanos, na qual as liberdades fundamentais são indivisíveis e a realização plena dos direitos civis e políticos é inviável sem o gozo dos direitos econômicos, sociais e culturais.

As preocupações com as questões ambientais também remontam dessa época, principalmente da década de 1970, quando começaram a ganhar visibilidade em um contexto mundial e passaram a ser tratadas em conferências, simpósios, clubes, programas, entre outros. Como relatam Andreoli, Lima e Prearo (2017), a busca por hábitos de consumo mais sustentáveis tem sido observada desde as décadas de 1960 e 1970, especialmente depois da publicação do livro *Silent Spring*, o qual fomentou o surgimento de movimentos ecológicos que trouxeram maior intensidade para questionamentos sociais sobre o consumo e seus impactos ambientais.

A primeira grande reunião que colocou em pauta os assuntos ambientais foi a Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento e Meio Ambiente que ocorreu em Estocolmo, no ano de 1972 - também por isso conhecida como Conferência de Estocolmo -, na qual objetivou-se discutir a preservação do meio ambiente e o financiamento de ações que contemplassem essa causa. Foi o símbolo do processo de internacionalização do debate em torno dos temas ecológicos (DIAS, 2017) e nela foi cunhada o termo “Desenvolvimento Sustentável”, que passou a ser entendido como o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes sem colocar em xeque a capacidade das futuras gerações de atenderem às suas próprias necessidades, o que só seria possível com um modelo econômico que conciliasse desenvolvimento econômico com a preservação dos recursos naturais disponíveis (DIAS, 2017).

Apesar disso, o conceito de responsabilidade socioambiental veio a se estabelecer apenas vinte anos mais tarde, naquela que ficou conhecida como Rio-92 ou Eco-92, também uma Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento e Meio Ambiente, mas que dessa vez teve como palco o Rio de Janeiro, em 1992. Essa reunião se tornaria o segundo grande marco no tratamento das questões socioambientais, uma vez que resultou na Agenda-21, fortemente marcada pelo relatório “Nosso Futuro Comum”, também conhecido como “Relatório Brundtland” (DIAS, 2017).

Para as discussões sociais, outro grande marco, viria a acontecer na década de 90, na II Conferência Mundial de Direitos Humanos, ou mais conhecida como Conferência de Viena. Tal reunião deu visibilidade a importância das contribuições das ONGs, uma vez que elas são as que primeiro identificam os problemas concretos de direitos humanos e constantemente buscam socorrer as vítimas e os ameaçados. Além disso, o panorama internacional transformou-se drasticamente entre a convocação da conferência (1990) e sua realização (1993), talvez mais profundamente do que nas três décadas anteriores. Entre os destaques estavam a recessão econômica, a implosão de conflitos internos em alguns países, o crescimento alarmante da pobreza extrema em todo o mundo, e tudo isto se fez refletir nos documentos finais de tal reunião (TRINDADE, 2014).

Nos anos 2000, teve início o Pacto Global (*Global Compact*), cujo objetivo era mobilizar a comunidade a adotar em suas atividades empresariais valores fundamentais nas áreas socioambientais, de direitos humanos e no combate à corrupção. Ou seja, as empresas deviam alinhar suas estratégias e operações aos princípios universais nas áreas de Direitos Humanos, Trabalho, Meio Ambiente e Anticorrupção e desenvolverem ações que contribuíssem para o enfrentamento dos desafios da sociedade (PACTO GLOBAL REDE BRASIL, 2022). Esse programa, ainda vigente, entende que as empresas são peças fundamentais para o crescimento econômico e financeiro da comunidade, sendo o maior projeto de sustentabilidade empresarial do mundo (COUTINHO, 2021).

Em 2015, os membros (chefes e altos representantes de Estados e governos) da ONU se reuniram para montar a Agenda 2030, que estabeleceria os novos ODS (Objetivos do Desenvolvimento Sustentável) mundiais. Como resultado, foram definidos 5 eixos fundamentais: pessoas, planeta, prosperidade, paz e parceria; os quais se desdobraram em 17 objetivos de ação (COUTINHO, 2021), conforme exposto na Figura 1:

**Figura 1 - Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (Pacto Global)**



**Fonte: Pacto Global Rede Brasil (2022).**

O Pacto convida os seus integrantes a seguirem os dez princípios que direcionam suas ações, e que por sua vez são derivados de algumas declarações já existentes como a Declaração Universal dos Direitos do Homem, a Declaração da Organização Internacional do Trabalho sobre Princípios e Direitos Fundamentais do Trabalho, a Declaração do Rio sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento e da Convenção das Nações Unidas contra a Corrupção (COUTINHO, 2021). Tais princípios são apresentados em blocos de acordo com a *United Nations Global Compact*.

Destaca-se, no primeiro bloco, os deveres relacionados aos direitos humanos:

1. Apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos proclamados internacionalmente;
2. Assegurar-se de que as empresas não serão cúmplices de violações a tais direitos.

No segundo bloco, referente ao trabalho, constam os seguintes princípios:

3. Apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;
4. Eliminação de todas as formas de trabalho forçado e obrigatório;
5. Abolição efetiva do trabalho infantil;
6. Eliminação da discriminação no emprego e na ocupação.

No bloco de meio ambiente, estão:

7. Apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
8. Empreender iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental;
9. Encorajar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis.

Por fim, no bloco anticorrupção consta:

10. As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, incluindo extorsão e suborno.

Esses movimentos, os quais buscaram chamar as empresas a assumirem responsabilidade por seus impactos na sociedade e no meio ambiente, contribuíram para consolidação e disseminação do conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

## 2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC) E *ENVIRONMENTAL, SOCIAL AND GOVERNANCE* (ESG)

A ideia de responsabilidade corporativa não é atual. Os primeiros passos no desenvolvimento desse conceito foram dados por Bowen em 1957, quando afirmou que os “homens de negócio” possuem responsabilidade para com a sociedade, sendo considerado o pai da teoria desde então. Keath Davis, uma década depois, defendeu em seu artigo que tal responsabilidade precisa ser proporcional ao poder que exercem e que “evitar a responsabilidade social leva à erosão gradual do poder social” (FARIAS e BARREIROS, 2021).

A partir dessas reflexões, desenvolveu-se o conceito de Responsabilidade Social Corporativa (RSC), desdobrando-se o entendimento de que as empresas exercem influências sobre o meio e que deveriam assumir o ônus de suas ações. Entretanto, a RSC era totalmente voluntária e não criou diretrizes comportamentais, apenas sendo uma orientação de boas práticas para que cada país criasse suas próprias leis. As inquietações quanto aos impactos corporativos não foram sanadas e assim surgiu a ideia de *Environmental, Social and Governance* (ESG).

O acrônimo em inglês (ESG) resume as principais preocupações das companhias nos dias de hoje: a letra “E” de "*environmental*" (meio ambiente) representa os fatores ambientais, como uso de recursos naturais, emissões de gases de efeito estufa, poluição, entre outros; a letra “S” é de "*social*" (social) e diz respeito aos aspectos sociais, como direitos humanos, diversidade, inclusão e relações de trabalho; e por último, a letra “G” representa "*governance*" (governança) e representa as questões de gerenciamento, como ética, transparência, estrutura dos comitês de auditoria e fiscal, etc.

O termo surgiu em 2004, a partir de uma publicação chamada *Who cares wins*, realizada pelo Pacto Global em parceria com o Banco Mundial (COUTINHO, 2021). É uma tendência em boas práticas socioambientais que vem ganhando cada vez mais adeptos no mercado brasileiro à medida em que se consolida nos países da Europa e nos Estados Unidos (FARIAS e BARREIROS, 2021). Mais do que uma estratégia de sustentabilidade, adotar tais princípios

se tornou uma estratégia de mercado em respeito às demandas dos *stakeholders* e *shareholders*, visto que sua adoção e subsequente implementação representaria uma ampliação da competitividade, maior solidez, menores custos e, sobretudo melhor resiliência (MAZON e ISSA, 2021).

Índices como o de Sustentabilidade Empresarial (ISE) da B3, o *Down Jones Sustainability Index* (DJSI) e os Princípios do Equador para Instituições Financeiras, iniciativa do *International Finance Corporation* (IFC), foram instaurados para visibilizar as instituições que fossem referência nas práticas socioambientais pelo entendimento de que “estar acima das exigências legais passou a ser uma vantagem competitiva e um diferencial no mercado.” (MAZON e ISSA, 2021).

O ISE da B3 foi pioneiro na América Latina (criado em 2005) e é atualmente o quarto índice de sustentabilidade no Mundo. Foi elaborado para auxiliar os investidores em suas opções de negócios, conduzindo as companhias a incorporarem melhores práticas de sustentabilidade (Brasil, Bolsa, Balcão [B3], 2022).

Empresas que adotam ações responsáveis procuram dar visibilidade e transparência aos fatos por meio de Relatórios de Sustentabilidade.

### 2.3 RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE

O Relatório de Sustentabilidade é uma demonstração que fornece um parecer socioambiental, divulgando informações sobre a política interna das empresas com objetivo de demonstrar como ela lida com o meio ambiente, a qualidade de vida dos membros internos, a pertinência das contribuições que promove para a comunidade, entre outras informações. Tem por objetivo apoiar e facilitar a gestão das questões de sustentabilidade das empresas, construindo uma reputação corporativa mais transparente. É uma resposta às cobranças dos *stakeholders* para que as empresas divulguem suas ações de responsabilidade socioambientais e suas atuações no ambiente em que operam (CAMPOS et al., 2013).

Os relatórios de sustentabilidade podem assumir diferentes nomenclaturas. Apesar disso, todos relacionam-se com a mesma temática e tendem a abranger conteúdos similares, sendo a forma mais tradicional de relatar informações relacionadas com a temática da sustentabilidade (CARREIRA e PALMA, 2012). Segundo Nascimento et al. (2015), os títulos mais utilizados juntos ou separadamente, nos relatórios de 63 empresas listadas no segmento

do Novo mercado da B3 são “Relatório Anual” ou “Relatório de Sustentabilidade”, representando 93% da amostra.

Daub (2007), divide os relatórios de sustentabilidade em três tipos históricos diferentes:

- a) Relatórios Sociais, com origem na década de 70 devido a demandas por balanços sociais referentes aos aspectos sociais das atividades das organizações;
- b) Relatórios Ambientais, originados nos anos finais de 1980 e voltados às questões ambientais, podendo também incluir aspectos relativos à saúde e à segurança;
- c) Relatórios Anuais, que desde meados dos anos 90 passou a incluir informações quanto aos aspectos éticos, sociais e ambientais das atividades da organização.

Em tendência mais recente, observa-se também a adoção do Relato Integrado, que apresenta os diferentes componentes dos relatórios corporativos - financeiros ou não - em um único instrumento (COSTA, 2021), de forma integrada e concisa.

A primeira proposição de relatório de sustentabilidade foi em 1972, quando a empresa Singer divulgou um Balanço Social que dispunha de informações relacionadas às atividades sociais da companhia (PAIXÃO, 2019). Tal fato se deu na França, primeiro país a adotar uma lei que instituiu a obrigatoriedade da demonstração para companhias que ultrapassassem o número de 300 funcionários (DANTAS, 2011).

Os primeiros indícios de discussão sobre ação social das companhias e do uso do balanço social no Brasil são do final da década de 1970. Contudo, apenas dez anos mais tarde que a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (Fides) elaborou um modelo do relatório. E assim, as primeiras divulgações tardaram a ocorrer, datando do início da década de 1990, quando algumas poucas empresas passaram a tratar com seriedade a questão e a divulgar, sistematicamente, em relatórios sociais, as atividades realizadas em relação ao meio ambiente, à comunidade e ao seu próprio corpo de funcionários(as) (IBASE, 2008).

O considerado primeiro balanço divulgado em território nacional, entretanto, é do ano de 1984 e foi realizado pela empresa Nitrofértil, uma estatal situada na Bahia. De acordo com Torres e Mansur, 2009, das inúmeras ações de incentivo para elaboração do Balanço Social no país, pode-se destacar: a pressão internacional para o controle por parte de empresas brasileiras do impacto ambiental produzido por suas atividades; a Constituição de 1988, que deu largos passos nas pautas sociais e ambientais; o exemplo de programas educacionais e de apoio cultural realizado por empresas internacionais, entre outros.

Apesar de mais de quatro décadas de existência, de sua comprovada relevância e de iniciativas visando sua promoção, ainda não existe, no Brasil, legislação que torne os relatórios

de sustentabilidade obrigatórios para todas as companhias e, por consequência, não há regras definidas de como devem ser apresentados. Segundo Kroetz (2000), um Balanço Social de referência precisa adotar como diretrizes gerais:

- a) pertinência – deve refletir a realidade com dados relevantes, claros e concisos;
- b) objetividade – não deve haver distorção na informação, precisa ser factual;
- c) continuidade – devem ser mantidas, de um exercício para outro, a prática da elaboração do BS, pois a falta de continuidade implica na diminuição da comparabilidade, favorecendo possíveis manipulações;
- d) uniformidade – os critérios utilizados em determinado período devem ser mantidos em outros para permitir comparações, devendo ser esclarecidas em notas explicativas eventuais alterações nos procedimentos;
- e) certificação – a veracidade das informações deve ser passível de confirmação pelos *stakeholders*.

O Balanço Social deve transparecer as políticas de investimentos e projetos das organizações que visam o bem-estar da sociedade, bem como aqueles que objetivam a redução dos possíveis danos ambientais resultantes de suas atividades. É uma ferramenta de informação das companhias para a sociedade, um instrumento que agrega valor aos negócios, uma vez que por meio do balanço, pode-se criar um vínculo de credibilidade com os *stakeholders* (consumidores, comunidade local, fornecedores, membros internos, governo, mercado financeiro e sociedade) e *shareholders* (acionistas) (DANTAS, 2011).

De forma a ampliar as informações contidas no Balanço Social e incluir informações relacionadas ao meio ambiente, surgiram os Relatórios de Sustentabilidade. Estes se transformaram com as tendências de mercado e foram adaptados, por muitas companhias, ao padrão estabelecido pela *Global Reporting Initiative* (GRI) (CAMPOS et al., 2013). A GRI é uma iniciativa criada em 1997 que tem por objetivo desenvolver e aperfeiçoar diretrizes para confecção de relatórios de sustentabilidade, transformando-os em tão periódicos e comparáveis quanto os relatórios financeiros.

Assim, de acordo com Campos et al. (2013), o propósito da GRI consiste em:

- a) garantir que relatórios de sustentabilidade corporativa tenham o mesmo nível de qualidade e relevância dos relatórios financeiros;
- b) projetar e melhorar continuamente as diretrizes de relatórios, contemplando três dimensões de sustentabilidade: econômica, ambiental e social;
- c) desenvolver uma instituição global e perene para conduzir as diretrizes formuladas.

No intuito de conferir maior credibilidade ao relato, a GRI tem a proposta de que as próprias empresas atribuam uma classificação aos seus relatórios de sustentabilidade, com base em sua autoavaliação do conteúdo dos indicadores relatados. Esta autoavaliação pode ser certificada por uma terceira entidade, própria GRI ou outra com relevância e competências suficientes para tal (CARREIRA e PALMA, 2012).

A *Global Reporting Initiative* (2006) reforça que um relatório de sustentabilidade fundamentado em suas diretrizes divulga resultados que demonstram o quanto a organização influencia e é influenciada pelo paradigma da sustentabilidade, bem como permite a comparação do desempenho intra e entre organizações diferentes ao longo do tempo (CAMPOS et al., 2013).

Ainda no espectro dos relatórios que informam a relação das companhias com a comunidade e o meio ambiente, surgiu o Relato Integrado. Esse tipo de demonstrativo foi desenvolvido pelo *International Integrated Reporting Council* (IIRC), ou Conselho Internacional para Relato Integrado, derivando da proposta de criação de um relatório que englobasse conjuntamente assuntos financeiros e não-financeiros (VELTE e STAWINOVA, 2017).

O IIRC (2013) é uma coligação global de reguladores, empresas, ONGs, investidores e profissionais do setor contábil, que compartilham a visão de que informar a geração de valor é o próximo passo evolutivo para relatos corporativos e propõe que sua estrutura contemple princípios básicos, abordando oito elementos de conteúdo (COSTA, 2021):

**Quadro 1 - Elementos de Conteúdo (IIRC)**

<b>Elementos de conteúdo</b>	<b>Perguntas a serem respondidas</b>
Visão geral organizacional e ambiente externo	O que a organização faz e sob qual conjuntura ela atua?
Governança	Como a estrutura de governança apoia a geração de valor em curto, médio e longo prazo?
Modelo de negócios	Qual o modelo ou modelos de negócio da organização?
Riscos e oportunidades	Quais são os riscos e oportunidades que afetam a geração de valor e como a organização lida com eles?
Estratégia e alocação de recursos	Quais são os objetivos da empresa e como pretende alcançá-los?
Desempenho	Qual o nível de atingimento dos objetivos estratégicos a organização e quais foram os efeitos sobre os capitais?
Perspectiva	Quais são os desafios e incertezas que a empresa enfrentará ao desenvolver sua estratégia e quais os potenciais impactos ao modelo de negócio e desempenho no futuro?
Base para apresentação	Como se dá o processo de escolha dos temas a serem abordados no relatório e como estes temas são avaliados?

Fonte: Costa (2021, p. 3).



Todas essas diferentes iniciativas de elaboração dos relatórios de sustentabilidade são peças que auxiliam na *accountability*, uma vez que proporcionam mais transparência na relação empresa-sociedade.

## 2.4 ACCOUNTABILITY

*Accountability* é um termo da língua inglesa cada vez mais presente no vocabulário brasileiro. Apesar disso, não existe em português uma palavra que a traduza fielmente. Em conceito, pode ser entendida como “prestação de contas” e “responsabilização”, quase como um casamento entre esses dois elementos. O termo expressa a ideia de que as companhias arquem com obrigações e sejam francas com a população. Pode-se entender como o exercício da transparência focado na responsabilidade social (CARNEIRO, OLIVEIRA e TORRES, 2011).

Como afirmam Bovens, Goodin e Schillemans (2014), esse termo está semanticamente e historicamente arraigado na prática da Contabilidade e na Ciência Contábil desde suas origens. Apesar disso, o conceito não se limitou apenas à essa ciência e se difundiu no século XXI pelo espaço e pelas diferentes áreas acadêmicas: Administração, Direito, Economia, nas Relações Internacionais, Psicologia, Sociologia e claro, pela própria Contabilidade. Assim, diversos autores acabaram desenvolvendo nuances de significado que criam muitas vezes um contexto confuso para o leitor (BARBOSA, NIYAMA e GONÇALVES, 2018).

Nesse sentido, o entendimento de “*accountability*” será aqui limitado ao estudo de Ijiri (1975), no qual o termo ganhou maior notoriedade. Para esse autor, a prestação de contas é uma função da contabilidade e precisa fornecer uma visão simples das informações quantitativas para a tomada de decisão econômica. Referente à responsabilização, o autor defende ser o objeto subjacente da ciência contábil, não se limitando à condutas passadas, mas também se aplicando ao planejamento, à orçamentação e a previsões (BARBOSA, NIYAMA e GONÇALVES, 2018).

Mais do que um ato político, de poder ou por meio legal, a *accountability* deve se dar por meio do diálogo constante entre a empresa e suas partes interessadas (AVERSA, 2006). O tripé conceitual se resume então em diálogo, transparência e prestação de contas.

Apesar disso, estudos como os de Siqueira e Fernandes (2009), Castro, Siqueira e Macedo (2010) e Moura, Mamedes e Brun (2021), por exemplo, mostram que os

demonstrativos socioambientais carregam implícitos em sua divulgação estratégias de marketing, cujo foco não está na *accountability* (transparência), mas sim em veicular uma imagem positiva daquela companhia que o divulga.

## 2.5 MARKETING SOCIAL CORPORATIVO E O *GREENWASHING*

O marketing é um conjunto de estratégias utilizadas pelas companhias para captar novos clientes e manter cativos aqueles que já são seu público, focando nos grupos que almeja atingir e se relacionar (SARAIVA, 2019). Em um cenário onde a competitividade cresce exponencialmente, a decisão do consumidor entre um ou outro produto se tornou cada vez mais subjetiva, dando origem a diversos segmentos de marketing: pessoal, digital, cultural, verde, e o de causas sociais.

O contexto socioambiental evidenciado ao longo do estudo tem sido um dos grandes influenciadores nas escolhas atualmente realizadas pelos consumidores. É diante dessa realidade que o valor que se é dado a um determinado produto vai além do produto em si, incluindo também a concepção de preservação ambiental e desenvolvimento sustentável, fazendo crescer o chamado marketing verde no meio corporativo (PAVIANI, 2019).

De acordo com Groening, Sarkis, & Zhu, (2018), esse segmento propagandístico pode ser entendido como um conjunto de práticas direcionadas a todos os consumidores que incorporam atividades de marketing projetadas para demonstrar o objetivo da empresa de atenuar o impacto ambiental de seus produtos e serviços. Nesse sentido, os consumidores passaram a ser submetidos a práticas como o *greenwashing*, que em tradução livre para o português, seria como “lavagem verde”. Essa atuação se dá quando as empresas utilizam da política ambiental para promoverem um produto ou serviço, buscando na realidade apenas o lucro que aquela associação irá trazer (PAVIANI, 2019).

Vale ressaltar que esse segmento de marketing é um apêndice do marketing social. Esse por sua vez, empregado pela primeira vez nos Estados Unidos, na década de 70, é decorrente do processo de entendimento sofrido pelas corporações da importância, ainda que a longo prazo, de atenderem “aos anseios dos consumidores, tanto pela qualidade dos produtos, quanto pelas suas expectativas em relação política empresarial, bem como os interesses da própria sociedade”. (PAVIANI, 2019).

Essas estratégias propagandísticas, mais especificamente em relação ao marketing verde, são a preocupação quando da divulgação dos relatórios de sustentabilidade. De acordo

com um estudo feito por Souza et al. (2019), a participação das empresas no ISE B3 tem por objetivo a busca por legitimidade, incorporando características isomórficas e podendo ser considerada apenas mais um rótulo. Para Baldissera (2008) a tensão entre o desejo propagandístico e a ideia de relatório social é a intenção clara de autopromoção a partir de um “bem fazer”, na qual são apresentados números que não dizem muito, ou que na verdade impressionam muito, mas não deixam claros aspectos básicos.

Portanto, retoma-se o questionamento de qual seria o real interesse por trás das divulgações voluntárias dos relatórios de sustentabilidade pelas empresas. Seria mais uma peça promotiva da imagem da empresa ou realmente um informativo para a sociedade? Para que cumpra seu papel, as informações devem ser divulgadas com completude e seguir os padrões normativos existentes e, na sua ausência, as melhores práticas.

## 2.6 NORMA BRASILEIRA DE CONTABILIDADE T 15

A inexistência de normatização que torne obrigatória a apresentação das informações sociais e ambientais pelas companhias culmina em uma publicação voluntária com baixa comparabilidade e confiabilidade, além de incentivar a apresentação de maior número de questões positivas que negativas (SOUSA, BUENO E ALVES, 2013).

Nesse cenário, em ordem de contribuir para a melhoria das divulgações (MELLO, HOLLNAGEL e CEI, 2016) foi aprovada pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) a Norma Brasileira de Contabilidade NBC T 15 – Informações de Natureza Social e Ambiental, no dia 19 de agosto de 2004, por meio da Resolução CFC nº 1003/2004.

Esse dispositivo legal tem por objetivo demonstrar à sociedade a participação e a responsabilidade social das companhias e, para isso, estabelece critérios para evidenciação de informações de natureza socioambiental. Entende-se por informações de natureza socioambiental a geração e a distribuição de riqueza, os recursos humanos e a interação da entidade com o ambiente externo e o meio ambiente (BANDEIRA, OLIVEIRA e NUNES, 2019).

De acordo com Moura, Mamedes e Brun (2021) a estrutura desta norma requer a apresentação das seguintes informações:

**Quadro 2 - Elementos contemplados pela NBC T 15**

<b>Informação</b>	<b>Descrição</b>
Geração e Distribuição de Riqueza	A riqueza gerada e distribuída pela entidade deve ser apresentada conforme a Demonstração do Valor Adicionado, definida na NBC TG 09 - Demonstração do Valor Adicionado (riqueza criada pela empresa, de forma geral medida pela diferença entre o valor das vendas e os insumos adquiridos de terceiros. Inclui também o valor adicionado recebido em transferência, ou seja, produzido por terceiros e transferido à entidade).
Recursos Humanos	Devem constar dados referentes à remuneração, benefícios concedidos, composição do corpo funcional e as contingências e os passivos trabalhistas da entidade. Quanto à remuneração e benefícios concedidos aos empregados, administradores, terceirizados e autônomo. As informações devem ser expressas monetariamente pelo valor total do gasto com cada item e a quantidade de empregados, autônomos, terceirizados e administradores beneficiados.
Interação da Entidade com o Ambiente Externo	Devem constar dados sobre o relacionamento com a comunidade na qual a entidade está inserida, com os clientes e com os fornecedores, inclusive incentivos decorrentes dessa interação.
Interação com o Meio Ambiente	São evidenciados investimentos e gastos com manutenção nos processos operacionais para a melhoria do meio ambiente; com a preservação e/ou recuperação de ambientes degradados; com a educação ambiental para empregados, terceirizados, autônomos e administradores da entidade; com educação ambiental para a comunidade; com outros projetos ambientais; quantidade de processos ambientais, administrativos e judiciais movidos contra a entidade; valor das multas e das indenizações relativas à matéria ambiental, determinadas administrativa e/ou judicialmente; passivos e contingências ambientais.

Fonte: Moura, Mamedes e Brun (2021, p. 295).

A norma aponta que quando evidenciadas tais informações, elas devem ser extraídas ou não da contabilidade de acordo com os procedimentos determinados, enquanto informação complementar. Isso significa que não se confundem com as notas explicativas e possuem demonstrativo específico, denominado Demonstração de Informações de Natureza Social e Ambiental (BANDEIRA, OLIVEIRA e NUNES, 2019).

### **3 METODOLOGIA**

#### **3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA**

A pesquisa se classifica como qualitativa e quantitativa, pois busca interpretar os materiais coletados para atribuir significado ao comportamento dos elementos encontrados, bem como cria recursos para mensurar tal análise. O objetivo tem caráter exploratório, buscando aprofundar os conhecimentos sobre o tema abordado, e descritivo, pois descreve as características informacionais dos relatórios de sustentabilidade (MUNARETTO, CORRÊA e CUNHA, 2013).

Os procedimentos técnicos adotados são a pesquisa bibliográfica, a pesquisa documental e o estudo de caso. Por pesquisa bibliográfica assumem-se as buscas realizadas em materiais já publicados para fundamentar os conceitos aqui apresentados (GIL, 2018), enquanto a pesquisa documental pode ser resumida como sendo o resultado dos dados extraídos estritamente de documentos para compreensão um fenômeno (KRIPKA, SCHELLER e BONOTTO, 2015).

Por fim, o estudo de caso é a investigação de um fenômeno contemporâneo, principalmente quando os limites entre o contexto e o fenômeno não estão claramente evidentes (YIN, 2014) – assim como o objetivo deste estudo é investigar a relação entre a divulgação dos relatórios de sustentabilidade e o marketing empresarial no setor de energia elétrica.

### 3.2 UNIDADE DE ANÁLISE

A amostra selecionada para o estudo são as três maiores empresas do setor de energia elétrica que performaram na carteira do Índice de Sustentabilidade Social (ISE B3) de 2020. O ranking foi desenvolvido de acordo com Wickboldt et al. (2018), que utilizou o critério de receita líquida para seleção das empresas. Assim, as empresas estudadas são a Eletrobras, Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig) e Companhia Paranaense de Energia (Copel). Juntas estas empresas representaram 63% do total da receita líquida das empresas de energia do ISE 2020, como pode ser observado na Tabela 1.

**Tabela 1 - Ranking - Setor Elétrico ISE 2020**

<b>Empresas de energia listadas no ISE 2020</b>	<b>Receita em milhares</b>
Eletrobras	29.080.513,00
Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig)	25.227.625,00
Companhia Paranaense de Energia (Copel)	18.633.249,00
EDP Brasil	14.983.800,00
Light S.A.	13.073.468,00
Engie Brasil	12.259.159,00
AES Tiete Energia	2.011.192,00

**Fonte: Adaptado de Valor Econômico (2020).**

O setor escolhido se deve ao grande impacto socioambiental que a atividade causa à comunidade. As grandes obras de infraestrutura necessárias à geração de energia elétrica provocam mudanças significativas no ambiente natural e as companhias que operam nesse setor devem entender os impactos sociais, ambientais e econômicos criados em todas as regiões resultantes da realização de suas atividades (GONTIJO; AZEVEDO; MENDONÇA, 2019;

CRUZ et al., 2019), por isso a importância da veracidade das informações prestadas por esse nicho econômico.

### 3.3 PROCEDIMENTO DE COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Os dados foram coletados a partir do relatório socioambiental divulgado no próprio site das empresas selecionadas. Foram analisados os relatórios de 2020, dado que uma das empresas escolhida ainda não possuía informações disponíveis para o ano de 2021 na data de elaboração dessa pesquisa.

O método de análise será fundamentado nos parâmetros propostos por Siqueira e Fernandes (2009): abrangência, comparabilidade, transparência e viés para potencialização de resultados, uma vez que segundo os autores, não satisfazer tais parâmetros indica que a empresa falha em externar aos usuários da informação seu verdadeiro impacto na sociedade, seja este positivo ou negativo, aproximando-se mais de um instrumento de marketing do que de uma demonstração com real possibilidade de medir o impacto social da organização.

O Quadro 3 resume o que será analisado em cada um dos quatro parâmetros:

**Quadro 3 - Parâmetros de Análise**

<b>Parâmetro</b>	<b>Análise</b>	<b>Referencial Teórico</b>
Abrangência	- Balanço Ambiental - Balanço de Recursos Humanos - Demonstração do Valor Adicionado - Benefícios e contribuições para a sociedade	Siqueira e Fernandes (2009); Moura, Mamedes e Brun (2021).
Comparabilidade	- Modelo de relatório utilizado	Siqueira e Fernandes (2009).
Transparência	- Presença de notas explicativas - Identificação de responsável pelo conteúdo - Parecer de auditoria	Siqueira e Fernandes (2009).
Viés para Potencialização dos Resultados	- Destaque das informações positivas - Estratégia atenuante sobre informação específica - Uso de viés positivo	Siqueira e Fernandes (2009).

**Fonte: Adaptado de Siqueira e Fernandes (2009) e Moura, Mamedes e Brun (2021, p. 300).**

No parâmetro de abrangência, o objetivo é identificar as companhias do grupo que possuem em seu relatório de sustentabilidade as quatro demonstrações descritas pela Fipecafi (2007): o balanço ambiental, o balanço de recursos humanos, demonstração do valor adicionado e benefícios e contribuições para a sociedade.

Apesar da Demonstração do Valor Adicionado (DVA) ser um relatório de divulgação compulsória pelas companhias brasileiras de capital aberto desde 2007 (de acordo com a Lei nº 11.638), será verificada a sua presença no relatório de sustentabilidade.

Já com relação às outras três demonstrações propostas para observação, devido aos relatórios não utilizarem os exatos nomes “balanço ambiental”, “balanço de recursos humanos” e “contribuições para a sociedade” para designar a apresentação dessas informações - que em geral se encontram ao longo do texto -, será desenvolvido um *checklist* adaptado de Moura, Mamedes e Brun (2021), que verificaram o nível de evidenciação socioambiental empresarial baseado na aderência do relatório à NBC T 15.

Dessa forma, os macro grupos de observação são as quatro demonstrações utilizados por Siqueira e Fernandes (2009): o balanço ambiental, o balanço de recursos humanos, o balanço de benefícios e contribuições para a sociedade e a demonstração do valor adicionado; e os conteúdos que espera-se encontrar em cada um deles, foram baseados no estudo de Moura, Mamedes e Brun (2021).

Nos quadros a seguir são apresentados os conteúdos do parâmetro da abrangência para cada uma das demonstrações a serem analisadas. No Quadro 4, encontram-se os conteúdos para a macro grupo “Balanço Ambiental”:

**Quadro 4 - Balanço Ambiental**

<b>Macro grupo: Balanço Ambiental</b>			
<b>Detalhamento NBC T 15 - Interação com o Meio Ambiente:</b>	<b>Eletrobras</b>	<b>Copel</b>	<b>Cemig</b>
Investimentos e gastos com manutenção nos processos operacionais para a melhoria do meio ambiente			
Investimentos e gastos com a preservação e/ou recuperação de ambientes degradados			
Investimentos e gastos com a educação ambiental para servidores, contratados, terceirizados, autônomos e gestores da entidade			
Investimentos e gastos com educação ambiental para a comunidade			
Quantidade de processos ambientais, administrativos e judiciais movidos contra a entidade			
Valor das multas e das indenizações relativas à matéria ambiental, determinadas administrativa e/ou judicialmente			
Passivos e contingências ambientais			

**Fonte: Adaptado de Moura, Mamedes e Brun (2021, p. 300).**

No Quadro 5, encontram-se os elementos do parâmetro de abrangência para o macro grupo “Balanço de Recursos Humanos”:

Quadro 5 - Balanço de Recursos Humanos

<b>Macro grupo: Balanço de Recursos Humanos</b>			
<b>Detalhamento NBC T 15 - Recursos Humanos:</b>	<b>Eletrobras</b>	<b>Copel</b>	<b>Cemig</b>
Remuneração Bruta			
Relação entre a maior e a menor remuneração da entidade, considerando os servidores e os contratados			
Gastos com encargos sociais			
Gastos com alimentação			
Gastos com transporte			
Gastos com previdência privada			
Gastos com saúde			
Gastos com segurança e medicina do trabalho			
Gastos com cultura			
Gastos com educação (excluídos os de educação ambiental)			
Gastos com capacitação e desenvolvimento profissional			
Gastos com creches ou auxílio-creches			
Participações nos lucros ou resultados			
<b>Composição dos Recursos Humanos:</b>			
Total de empregados no final do exercício			
Total de contratados no final do exercício			
Total de empregados no final do exercício			
Total de contratados no final do exercício			
Total de contratações (admissões)			
Total de demissões			
Total de estagiários no final do exercício			
Total de empregado portadores de necessidades especiais no final do exercício			
Total de contratados por gênero			
Empregados Menores de 18 anos			
De 18 a 35 anos, de 36 a 60,			
Formação escolar			
<b>Percentual de ocupantes de cargos de direção e chefia:</b>			
Homens			
Mulheres			
Negros, pardos, amarelos e indígenas*			
Pessoas com deficiência			
<b>Ações trabalhistas movidas pelos servidores e contratados contra a entidade</b>			

Fonte: Adaptado de Moura, Mamedes e Brun (2021, p. 299).

Neste Quadro 6, encontram-se os elementos do parâmetro de abrangência para a categoria “Balanço de Benefícios e Contribuições para a Sociedade”:



**Quadro 6 – Balanço de Benefícios e Contribuições para a Sociedade**

<b>Macro grupo: Balanço Benefícios e Contribuições à Sociedade em geral</b>			
<b>Detalhamento NBC T 15 - Interação com a Comunidade:</b>	<b>Eletrobras</b>	<b>Copel</b>	<b>Cemig</b>
Investimentos em educação, exceto a de caráter ambiental			
Investimentos em cultura			
Investimentos em saúde e saneamento			
Investimento em esporte e lazer, não considerados os patrocínios com finalidade publicitária			
Investimento em alimentação			
Reclamações recebidas diretamente na entidade			
Reclamações recebidas por meio dos órgãos de proteção e defesa do consumidor			
Reclamações recebidas por meio da Justiça			
Reclamações atendidas em cada instância arrolada			
Montante de multas e indenizações a clientes, determinadas por órgãos de proteção e defesa do consumidor ou pela Justiça			

Fonte: Adaptado de Moura, Mamedes e Brun (2021, p. 300).

É importante ressaltar que, embora a pesquisa de Moura, Mamedes e Brun (2021) também traga detalhamentos para DVA, foi considerado que algumas informações podem deixar de ser apresentadas pelas empresas nessa demonstração simplesmente por não terem auferido aquele determinado tipo de resultado, e não por negligência da informação. Portanto, no caso da DVA, não foi utilizada a pesquisa de aderência à NBC T 15, mas sim o modelo de verificação abaixo, que apenas apura sua presença no relatório de sustentabilidade.

Assim, nesse último quadro do parâmetro de abrangência, encontra-se a categoria “Demonstração do Valor Adicionado (DVA)”:

**Quadro 7 - Demonstração do Valor Adicionado (DVA)**

<b>Macro grupo: Demonstração do Valor Adicionado (DVA)</b>		
<b>Eletrobras</b>	<b>Copel</b>	<b>Cemig</b>

Fonte: A autora (2022)

Já ao tratar sobre o parâmetro da comparabilidade, a avaliação será sobre quais foram os modelos utilizados para elaboração do relatório de sustentabilidade pelas diferentes companhias. A comparabilidade é indispensável para que os dados divulgados possam ser analisados e é, inclusive, um dos aspectos qualitativos da informação contábil (SIQUEIRA E FERNANDES, 2009). Este parâmetro será verificado por meio do Quadro 8:

**Quadro 8 - Parâmetro da Comparabilidade**

<b>Eletrobras</b>	<b>Copel</b>	<b>Cemig</b>
( ) Indicadores GRI	( ) Indicadores GRI	( ) Indicadores GRI
( ) Relato Integrado	( ) Relato Integrado	( ) Relato Integrado
( ) Balanço Social	( ) Balanço Social	( ) Balanço Social
( ) Relatório de Sustentabilidade	( ) Relatório de Sustentabilidade	( ) Relatório de Sustentabilidade

Fonte: A autora (2022).

A transparência será verificada através de elementos que atestem a veracidade dos fatos, como a presença de notas explicativas, pareceres de auditoria e identificação dos contadores responsáveis por aquele determinado Balanço de Sustentabilidade (SIQUEIRA E FERNANDES, 2009):

**Quadro 9 - Parâmetro da Transparência**

<b>Referência</b>	<b>Eletrobras</b>	<b>Copel</b>	<b>Cemig</b>
Notas Explicativas			
Parecer ou revisão de auditores independentes			
Identificação do responsável			

Fonte: A autora (2022).

E, por fim, com relação ao viés para potencialização dos resultados, analisar-se-á sob a ótica da evidenciação de contribuições positivas *versus* a evidenciação de contribuições negativas nos balanços. Para classificar as situações em “contribuição negativa” será utilizada a definição de Mankiw (2005), na qual são assim consideradas quando o impacto sobre terceiros for adverso, enquanto do contrário (efeito benéfico sobre terceiros) é considerada uma contribuição positiva. Será uma análise qualitativa da informação proporcionada pela leitura do documento.

A apresentação dos resultados utilizará os quadros expostos anteriormente: o parâmetro da comparabilidade será respondido com “x”, sinalizando qual modelo conhecido foi utilizado para a elaboração do relatório; a análise do viés para potencialização dos resultados será apresentada em texto (por ser mais longa e subjetiva); enquanto para abrangência e transparência os quadros serão preenchidos com variáveis numéricas.

As variáveis atribuídas estão no intervalo entre 0 a 2: 0 significando que a informação não foi apresentada no relatório analisado; 1 significando que a informação foi apresentada de forma insuficiente; e 2 quando a informação foi apresentada de forma suficiente, assim como exposto no Quadro 10. Posteriormente, se realizará a contagem da pontuação total e a estatística percentual dos critérios analisados (LOZANO e VALENCIA, 2016).

**Quadro 10 - Variáveis Numéricas de Análise**

<b>Pontuação:</b>	<b>Adesão do Relatório</b>	<b>Análise</b>
0 pontos	Não apresentado	Critério não consta no relatório.
1 ponto	Insuficiente	Critério consta no relatório, porém há ressalva quanto a sua apresentação.
2 pontos	Suficiente	Critério consta no relatório e não há ressalva quanto sua apresentação.

Fonte: A autora (2022).

No total, foram analisados 46 critérios no parâmetro da abrangência quando somadas as quatro demonstrações analisadas (o balanço ambiental, o balanço de recursos humanos, demonstração do valor adicionado e benefícios e contribuições para a sociedade) e, portanto, o máximo de pontuação a ser alcançada pelas empresas seria de 92 (noventa e dois) pontos. Já na transparência, foram analisados 3 itens, tendo pontuação máxima de 6 (seis). O quadro abaixo sintetiza o esquema de pontuação:

**Quadro 11 - Pontuação por Parâmetro**

<b>Parâmetro</b>	<b>Agrupamento</b>	<b>Total de critérios</b>	<b>Pontuação máxima</b>
Abrangência	Balanço Ambiental	7	14
	Balanço de Recursos Humanos	28	56
	Balanço de Benefícios e Contribuições para a sociedade	10	20
	Demonstração do Valor Adicionado (DVA)	1	2
<b>Total do parâmetro</b>		<b>46</b>	<b>92</b>
Transparência	Notas Explicativas	1	2
	Parecer ou revisão de auditores independentes	1	2
	Identificação do responsável	1	2
<b>Total do parâmetro</b>		<b>3</b>	<b>6</b>
<b>Pontuação Geral</b>		<b>49</b>	<b>98</b>

Fonte: A autora (2022).

### 3.4 LIMITAÇÃO DO ESTUDO

O estudo limita-se à análise das três maiores empresas do setor de energia elétrica que compuseram o ISE e aos documentos publicados no ano de 2020. Além disso, a pesquisa limitou-se à análise das informações voluntariamente divulgadas pelas companhias.

## 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

### 4.1 PARÂMETRO DA ABRANGÊNCIA

Os resultados da pesquisa demonstraram que, no quesito da abrangência, os relatórios de sustentabilidade estudados apresentam baixa aderência aos critérios analisados. Das três

companhias estudadas, a Companhia Energética de Minas Gerais (Cemig) foi a que mais apresentou dados, com um percentual de correspondência de 58,70%, seguida da Companhia Paranaense de Energia (Copel) com 44,57% e por último a Eletrobras, com 38,04%. Isso significa que, dos 92 (noventa e dois) pontos possíveis, a primeira obteve 54 (cinquenta e quatro) pontos, a segunda ficou com 41 (quarenta e um) pontos e a terceira alcançou 35 (trinta e cinco) pontos.

O resultado da pontuação das empresas está apresentado abaixo, setorizado por cada uma das quatro demonstrações analisadas, a começar pelo balanço ambiental:

**Tabela 2 - Resultado Balanço Ambiental**

<b>Macro grupo: Balanço Ambiental</b>			
<b>Detalhamento NBC T 15 - Interação com o Meio Ambiente:</b>	<b>Eletrobras</b>	<b>Copel</b>	<b>Cemig</b>
Investimentos e gastos com manutenção nos processos operacionais para a melhoria do meio ambiente	2	2	2
Investimentos e gastos com a preservação e/ou recuperação de ambientes degradados	2	0	2
Investimentos e gastos com a educação ambiental para servidores, contratados, terceirizados, autônomos e gestores da entidade	2	0	0
Investimentos e gastos com educação ambiental para a comunidade	2	0	0
Quantidade de processos ambientais, administrativos e judiciais movidos contra a entidade	0	2	2
Valor das multas e das indenizações relativas à matéria ambiental, determinadas administrativa e/ou judicialmente	0	1	2
Passivos e contingências ambientais	0	0	0
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>8</b>

Fonte: Adaptado de Moura, Mamedes e Brun (2021, p. 300).

Nesse macro grupo, o total de critérios analisado foi 7 (sete) e assim sua pontuação máxima seria 14 (quatorze) pontos. A Eletrobras obteve 8 (oito), a Copel ficou com 5 (cinco) e a Cemig pontuou 8 (oito) também. O elemento evidenciado por todas as companhias foi investimentos em projetos ambientais. A motivação pode estar associada com o fato de serem gastos favoráveis para as empresas e a sociedade (MELLO, HOLLNAGEL e CEI, 2016). A Cemig recebeu 1 para multas e indenizações pois apresentou valores para tal, mas não especificou se foram as únicas advertências do ano.

Todas apresentaram parcialmente os critérios avaliados e o que se percebe é que a elaboração dos relatórios socioambientais tem sido atrelar às demonstrações numéricas extensos textos, estratégia que supostamente contribuiria para fornecer um volume maior de informação. Entretanto, o uso de textos é paliativo uma vez que mesmo com sua adição às informações apresentadas são, frequentemente, parciais (SIQUEIRA E FERNANDES, 2009).

Da mesma forma, o Balanço de Recursos Humanos foi apresentado parcialmente:

Tabela 3 - Resultado Balanço de Recursos Humanos

Macro grupo: Balanço de Recursos Humanos			
Detalhamento NBC T 15 - Recursos Humanos:	Eletrobras	Copel	Cemig
Remuneração Bruta	1	0	2
Relação entre a maior e a menor remuneração da entidade, considerando os servidores e os contratados	0	1	0
Gastos com encargos sociais	0	0	0
Gastos com alimentação	0	0	0
Gastos com transporte	0	0	0
Gastos com previdência privada	0	0	0
Gastos com saúde	1	0	0
Gastos com segurança e medicina do trabalho	1	0	0
Gastos com cultura	0	1	0
Gastos com educação (excluídos os de educação ambiental)	0	0	0
Gastos com capacitação e desenvolvimento profissional	0	0	2
Gastos com creches ou auxílio-creches	0	0	0
Participações nos lucros ou resultados	0	2	2
<b>Composição dos Recursos Humanos:</b>			
Total de empregados no final do exercício	2	2	2
Total de contratados no final do exercício	0	2	2
Total de contratações (admissões)	2	2	2
Total de demissões	2	2	2
Total de estagiários no final do exercício	1	2	2
Total de empregado portadores de necessidades especiais no final do exercício	0	2	2
Total de contratados por gênero	2	2	2
Empregados Menores de 18 anos	0	2	2
De 18 a 35 anos, de 36 a 60,	0	2	2
Formação escolar	2	2	2
<b>Percentual de ocupantes de cargos de direção e chefia:</b>			
Homens	2	0	2
Mulheres	2	2	2
Negros, pardos, amarelos e indígenas*	2	0	0
Pessoas com deficiência	2	0	2
<b>Ações trabalhistas movidas pelos servidores e contratados contra a entidade</b>	0	0	1
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>26</b>	<b>33</b>

Fonte: Adaptado de Moura, Mamedes e Brun (2021, p. 299).

Dos 28 (vinte e oito) critérios, ou seja, dos 56 (cinquenta e seis) pontos possíveis, a Eletrobras pontuou 22 (vinte e dois), a Copel 26 (vinte e seis) e a Cemig 33 (trinta e três).

A Eletrobras teve a informação de remuneração bruta classificada como insuficiente, uma vez que apresentou o salário base e a remuneração por formação e gênero, porém não

apresentou os gastos do ano. Também recebeu essa classificação para os gastos com saúde, por ter informado apenas os valores relacionados ao combate da Covid-19, para os gastos com segurança, pois apresentou um valor consolidado, mas não detalhou se seria em relação aos funcionários ou à população em geral, e para o total de estagiários pois apresentou o número consolidado entre esses e jovens aprendizes.

A Copel obteve pontuação 1 para a relação entre a maior e a menor remuneração da entidade porque apresentou essa métrica de forma diferente, informando a proporção "entre a remuneração anual total do indivíduo mais bem pago da Companhia e a remuneração média anual total de todos os empregados". Também recebeu essa classificação para gastos com cultura por apresentar um quadro de Incentivos Fiscais com programas que apoia, porém não especificou se é direcionado aos colaboradores, como determinado pelo critério, ou à sociedade em geral.

Por fim, a Cemig recebeu insuficiente para ações trabalhistas movidas pelos servidores e contratados contra a entidade pois apresentou apenas o número de denúncias recebidas no quesito "Relações Trabalhistas", mas não informa o nível dessas queixas.

Na avaliação dos benefícios e contribuições à sociedade em geral, todas as companhias também apresentaram parcialmente os critérios exigidos, conforme observado na Tabela 4.

**Tabela 4 - Resultado Balanço de Benefícios e Contribuições à Sociedade**

<b>Macro grupo: Balanço Benefícios e Contribuições à Sociedade em geral</b>			
<b>Detalhamento NBC T 15 - Interação com a Comunidade:</b>	<b>Eletrobras</b>	<b>Copel</b>	<b>Cemig</b>
Investimentos em educação, exceto a de caráter ambiental	1	0	2
Investimentos em cultura	2	2	2
Investimentos em saúde e saneamento	1	2	2
Investimento em esporte e lazer, não considerados os patrocínios com finalidade publicitária	0	2	0
Investimento em alimentação	1	0	1
Reclamações recebidas diretamente na entidade	0	2	2
Reclamações recebidas por meio dos órgãos de proteção e defesa do consumidor	0	0	2
Reclamações recebidas por meio da Justiça	0	0	0
Reclamações atendidas em cada instância arrolada	0	0	0
Montante de multas e indenizações a clientes, determinadas por órgãos de proteção e defesa do consumidor ou pela Justiça	0	2	2
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>13</b>

Fonte: Adaptado de Moura, Mamedes e Brun (2021, p. 300).

Nesse demonstrativo, o total de critérios analisado foi 10 (dez) e assim sua pontuação máxima seria 20 (vinte) pontos. A Eletrobras obteve 5 (cinco), a Copel ficou com 10 (dez) e a Cemig pontuou 13 (treze).

A Eletrobras obteve pontuação 1 para investimentos em educação, saúde e saneamento e alimentação, pois apresentou apenas um valor consolidado informando que englobava todos esses benefícios. Já a Cemig obteve essa classificação para os investimentos em alimentação porque os valores apresentados são referentes à arrecadação de alimentos em ações voluntárias, e não desembolsados pela própria companhia.

A análise da Demonstração do Valor Adicionado (DVA), por não ter sido realizada conforme detalhamento da NBC T 15 assim como as demais, teve a pontuação atribuída também de forma diferenciada. Assim, foi concedido 0 para apresentação dessa demonstração de forma qualitativa (ou seja, por meio de textos), 1 para a reprodução do demonstrativo contábil e 2 para apresentação do demonstrativo mais presença de textos explicativos.

Nesse quesito a pontuação máxima era de 2 (dois) pontos e todas as companhias receberam 0, conforme apresentado na Tabela 5, pois as informações de distribuição do valor adicionado foram apresentadas somente ao longo do texto.

**Tabela 5 - Resultado Demonstração do Valor Adicionado (DVA)**

Macro grupo: Demonstração do Valor Adicionado (DVA)			
	Eletrobras	Copel	Cemig
	0	0	0
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Fonte: A autora (2022).

#### 4.2 PARÂMETRO DA TRANSPARÊNCIA

O parâmetro da transparência obteve melhor resultado que o parâmetro de abrangência. A Tabela 6 apresenta os resultados para cada empresa, sendo possível observar que Eletrobras e a Copel obtiveram 67% de correspondência, ou seja, dos 6 (seis) pontos possíveis, cada um pontuou 4, enquanto que a Cemig apresentou 50%, pontuando 3 (três).

**Tabela 6 - Resultado Parâmetro da Transparência**

Referência	Eletrobras	Copel	Cemig
Notas Explicativas	0	0	0
Parecer ou revisão de auditores independentes	2	2	2
Identificação do responsável	2	2	1
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>

Fonte: A autora (2022).

Nenhuma das empresas apresentou notas explicativas no relatório de sustentabilidade. Além disso, embora a Eletrobras e Copel tenham recebido pontuação máxima para o critério de parecer ou revisão de auditores independentes, vale ressaltar que apresentaram um relatório de asseguração limitada, que conta com esforços restritos para revisão das informações constantes no demonstrativo. Conforme o próprio relatório socioambiental da Copel informa:

Os procedimentos aplicados em um trabalho de asseguração limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguração que tem por objetivo emitir uma opinião sobre as informações relacionadas aos *disclosures* GRI, constantes do Relato Integrado 2020. Conseqüentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguração que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho com objetivo de emitir uma opinião, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações relacionadas aos *disclosures* GRI, constantes do Relato Integrado 2020. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações (COPEL, 2020).

Esse tipo de revisão pode vir a deixar uma lacuna a ser observada, de forma a melhorar a transparência da prestação de contas à sociedade e atender ao conceito de *accountability* (ORO, VICENTI e SCARPIN, 2014).

A Cemig recebeu 1 ponto no quesito de identificação do responsável pois apresentou apenas o responsável pelo parecer, mas não pelo relatório.

#### 4.3 PONTUAÇÃO GERAL – ABRANGÊNCIA E TRANSPARÊNCIA

A Tabela 7 apresenta um resumo da pontuação de cada empresa para os dois parâmetros analisados anteriormente. Por meio dela é possível verificar que, unindo ambos os resultados, o percentual de correspondência é de 58,16% para a Cemig, pontuando 57 (cinquenta e sete) dos 98 (noventa e oito) pontos possíveis, enquanto a Copel obteve 45,92% de correspondência, obtendo 45 (quarenta e cinco) pontos e, por último, a Eletrobras com 39,80% de correspondência e 39 (trinta e nove) pontos.



Tabela 7 - Pontuação Geral

Parâmetro	Agrupamento	Eletrobras	Copel	Cemig
Abrangência	Balanco Ambiental	8	5	8
	Balanco de Recurso Humanos	22	26	33
	Balanco de Benefícios e Contribuições à Sociedade	5	10	13
	Demonstração do Valor Adicionado (DVA)	0	0	0
<b>Total do parâmetro</b>		<b>35</b>	<b>41</b>	<b>54</b>
Transparência	Notas Explicativas	0	0	0
	Parecer ou revisão de auditores independentes	2	2	2
	Identificação do responsável	2	2	1
<b>Total do parâmetro</b>		<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
<b>Total Geral</b>		<b>39</b>	<b>45</b>	<b>57</b>

Fonte: A autora (2022).

#### 4.4 PARÂMETRO DE COMPARABILIDADE

O padrão de elaboração utilizado pelos relatórios é bastante semelhante. Todos utilizaram as normas da *Global Reporting Initiative* (GRI): opção Essencial, e apresentaram as informações ao longo do material:

Tabela 8 - Resultado Parâmetro da Comparabilidade

Eletrobras	Copel	Cemig
(X) Indicadores GRI	(X) Indicadores GRI	(X) Indicadores GRI
( ) Relato Integrado	( ) Relato Integrado	( ) Relato Integrado
( ) Balanço Social	( ) Balanço Social	( ) Balanço Social
(X) Relatório de Sustentabilidade	(X) Relatório de Sustentabilidade	(X) Relatório de Sustentabilidade

Fonte: A autora (2022).

A similaridade entre os escopos torna a comparabilidade mais fácil. Por outro lado, ela é prejudicada pelos extensos textos, que acabam deixando muitas informações desconstruídas. As diferenças também entre as informações apresentadas, expostas por umas e omitidas por outras, dificultam a confrontação de dados (PONÇONI e FRANCO, 2015).

#### 4.5 PARÂMETRO DO VIÉS PARA POTENCIALIZAÇÃO DOS RESULTADOS

Os balanços de sustentabilidade divulgados pelas empresas devem ser utilizados para reportar à sociedade o que é necessário, e não como marketing de divulgação das boas ações praticadas pelas companhias (SIQUEIRA E FERNANDES, 2009). No entanto, a análise qualitativa dos relatórios em estudo permitiu observar a prevalência da apresentação das

benfeitorias em detrimento de informações mais concretas sobre os impactos causados, o que pode reforçar o uso enquanto estratégia de *marketing* desses balanços de sustentabilidade.

Informar as benesses sociais desenvolvidas sem também evidenciar os efeitos negativos é ser incompatível com as melhores práticas de *accountability*. Esses relatórios podem ser fundamentais na conquista de mais transparência, desde que não haja em sua construção informações enviesadas (SIQUEIRA E FERNANDES, 2009).

Todas as três empresas (Eletrobras, a Copel e a Cemig) apresentaram um quadro reunindo seus impactos socioambientais. Entretanto, houve ressalvas. A Copel listou alguns temas, entre os quais, o tema "socioambiental" e apresentou os riscos associados a ele, que são os efeitos causados pelas suas operações na sociedade e no meio ambiente, segundo a empresa. Contudo, quando informa os impactos gerados por esses riscos, a empresa apenas declara que podem afetar a reputação da companhia, ocasionar autuação por órgãos fiscalizadores, interrupção na prestação dos serviços e até prejuízo na produção de energia. Ou seja, não trata dos impactos que causa e sim, das consequências que a empresa sofreria no caso de incorrer o impacto.

Do mesmo modo, quando a Cemig apresenta os seus riscos mais consideráveis, a maioria dos impactos relacionados são os sofridos sobre a imagem da companhia. Exceto em um caso, quando cita a possível ruptura de barragens elencando os impactos à comunidade e ao meio ambiente. Entretanto, é apenas considerado um rol exemplificativo de impactos, o que significa que não afirma os impactos que causa, e sim aqueles que eventualmente pode causar.

A Eletrobras foi a única que apresentou os impactos negativos que gera ao meio ambiente e tão somente a essa esfera, visto que todos os impactos à sociedade foram classificados como positivos. Assim, fica evidente que as empresas adotaram uma abordagem atenuante na exposição de aspectos negativos (SIQUEIRA E FERNANDES, 2009), uma vez que não apresentam os impactos causados ou, quando apresentam, o fazem de forma exemplificativa ou parcial.

Outra constatação relevante é em relação aos dados numéricos relacionados à impactos adversos, como os gastos de recursos hídricos, as emissões de GEEs e acidentes de trabalho. Eles estavam, na maioria das vezes, associados a textos de conotação positiva, de busca por um novo padrão de excelência, conforme também foi observado por Siqueira e Fernandes (2009). Isto fica evidente nos trechos retirados dos relatórios e apresentados a seguir:

Temos o compromisso de minimizar cada vez mais nosso impacto negativo e contribuir com a transição para um novo modelo de desenvolvimento, baseado em uma economia de baixo carbono (Eletrobras, 2020).

O número de indivíduos envolvidos em acidentes com energia elétrica diminuiu de 43, em 2019, para 33, em 2020. A quantidade de óbitos caiu de 12 para 9 (Copel, 2020).

A água é o recurso estratégico do qual o negócio da Cemig depende, já que quase 100% da energia elétrica gerada é proveniente de usinas e centrais hidrelétricas. A Cemig reconhece seu papel na conservação desse recurso e os potenciais impactos de suas atividades na disponibilidade hídrica, sendo que foi reconhecida pelo segundo ano consecutivo como líder global em gestão hídrica, conquistando um lugar no seletor grupo “A list” do CDP Segurança Hídrica (Cemig, 2020).

As companhias estão focadas em reafirmar que serão cada vez melhores, e isso é legítimo. Porém, em um relatório cujo objetivo é informar sobre os efeitos causados nas diversas esferas, essa estratégia minimiza o impacto das ocorrências. Nesses exemplos, o foco não está nas toneladas de GEEs emitidos, ou na ocorrência de 33 acidentes e 9 óbitos, ou, ainda, que a companhia gasta milhões de litros de água, mas sim no fato de que ela intenciona migrar para uma economia de baixo carbono, que o número de acidentes no ano reduziu e que é reconhecida como líder global da gestão hídrica. Excetuando-se a apresentação das métricas de impacto negativo (tabelas e gráficos), nos textos raramente foram encontradas passagens que versassem sobre os efeitos adversos.

Assim, apesar de os relatórios de sustentabilidade terem evoluído muito desde seu surgimento, ainda não são uma base sólida de *accountability* ambiental e social, como evidenciado por Siqueira e Fernandes (2009), Castro, Siqueira e Macedo (2010), Moura, Mamedes e Brun (2021) e corroborado pela presente pesquisa. Os relatórios de sustentabilidade, entretanto, tem importância inegável, dado que apesar de apresentarem discurso enviesado ou atenuante em sua composição, ainda assim expõem parte das contribuições empresariais para a sociedade e o meio ambiente. E, por isso, sua divulgação precisa ser realizada.

O estabelecimento de normas para elaboração dos relatórios poderia evitar definitivamente as estratégias de promoção de imagem, criando padrões que evidenciassem com transparência os impactos causados pelas empresas. Portanto, fica o questionamento: se existe uma legislação que regulamenta as demonstrações societárias, por que não há uma que regulamente as demonstrações sociais? Seria uma constatação tácita de prevalência do mercado sobre a sociedade? (SIQUEIRA E FERNANDES, 2009).

No entanto, espera-se que com a fusão de diversos organismos internacionais formuladores de padrões como o IIRC, o SASB e o CDP, em um Comitê normatizador, o ISSB, dentro da Fundação IFRS, haja, em breve, normas de contabilidade que padronizem as divulgações, tornando-as mais transparentes e comparáveis.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As pressões sociais por responsabilização empresarial têm levado as companhias a buscarem comunicar sua face consciente à comunidade. Tal processo criou um ambiente de divulgação voluntária dos Relatórios de Sustentabilidade, que provocou - e provoca, até os dias de hoje - o questionamento de até que ponto a publicação desses relatórios é feita apenas com o intuito de informar a sociedade sobre os impactos da empresa e não como ferramenta de promoção da imagem organizacional.

Assim, a presente pesquisa teve por objetivo realizar uma análise qualitativa e quantitativa da divulgação dos relatórios de sustentabilidade, das três maiores empresas do setor de energia elétrica que compuseram a carteira do Índice de Sustentabilidade da B3 (ISE B3) 2020, buscando identificar se eles estão sendo utilizados como ferramenta de *accountability* ou apenas como estratégia de marketing corporativo. Para isso foi realizada uma pesquisa bibliográfica, documental e o estudo de caso, a fim de utilizar fundamentações consolidadas e investigar o objeto da pesquisa. Não obstante, foi criado um índice de aderência adaptado de Siqueira e Fernandes (2009) e de Moura, Mamedes e Brun (2021).

A análise das demonstrações da Eletrobras, Copel e Cemig do ano de 2020 permitiu verificar que a abrangência das informações apresentadas ainda é parcial, demonstrando, em todos os casos, menos de 60% das informações propostas pela NBC T 15. Apesar disso, hoje os relatórios divulgados por estas três empresas do setor elétrico contam como maior padronização, visto que utilizam os preceitos estabelecidos pela *Global Reporting Initiative* (GRI) e com estéticas bastante semelhantes, o que auxilia na sua comparabilidade. Concernente à transparência, a ausência de notas explicativas e a utilização do relatório de asseguarção como atestado de veracidade, que confere menos credibilidade às informações constantes nos relatórios, contribui para que este seja um dos parâmetros passíveis de melhoria.

Além disso, o discurso presente nessas demonstrações ainda denota viés tendencioso das informações, de valorização das contribuições positivas em contraposição às negativas. Os impactos adversos acabam ocupando menos espaço e geralmente vem acompanhados de textos

atenuantes ou de busca por um novo padrão de excelência, quando a atenção também deveria estar voltada para seus efeitos.

Assim, conclui-se que a divulgação voluntária, sem normatização específica acaba por cumprir mais um papel de marketing do que de *accountability*. O intuito continua sendo de passar uma imagem de empresa cidadã, talvez pelo próprio estilo de desenvolvimento do relatório, que atribui aos dados numéricos extensos textos explicativos e que beneficiam a imagem corporativa com características positivas. Assim, os achados reforçam a necessidade de uma lei que torne obrigatória a divulgação desses relatórios, mas que principalmente estabeleça as informações que devem ser apresentadas, evitando que sejam priorizadas as contribuições positivas.

O estudo se limitou às informações divulgadas voluntariamente por três companhias do setor elétrico, não confrontando os dados apresentados com materiais coletados de forma independente. Assim, sugere-se para futuras pesquisas, a ampliação do estudo com as demais empresas do setor elétrico ou ainda com um número maior de empresas de diversos setores. Estudos longitudinais que viabilizem observar a evolução da qualidade dos relatórios nos últimos anos também seria relevante, bem como o uso de outros métodos que busquem atestar a veracidade dos discursos presentes nos relatórios.

## 6 REFERÊNCIAS

ANDREOLI, T. P.; LIMA, V. A.; Prearo, L. C. A (in)eficácia dos selos verdes sobre o comportamento dos consumidores: um estudo experimental. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM)*, v. 16, n. 1, p. 62-79, 2017.

BALDISSERA, R. Balanços Sociais: entre a promoção de marketing e a responsabilidade social. *Conexão – Comunicação e Cultura*, v. 7, n. 14, 2008.

BANDEIRA, M. L.; OLIVEIRA, N. L.; NUNES, A. Disclosure Social: uma Análise sob a ótica da NBC T 15 Em Empresas De Capital Aberto. *Revista Negócios em Projeção*, v. 10, n. 1, p.14-29, 2019.

BARBOSA, E. S.; NIYAMA, J. K.; GONÇALVES, A. O. *Accountability: uma reflexão a partir da Teoria da Contabilidade*, 2018.

BOVENS, M., GOODIN, R. E., & SCHILLEMANS, T. (2014). *The Oxford Handbook of Public Accountability* - Google Play (First). New York: Oxford University.

BRASIL, BOLSA, BALCÃO [B3]. O que é o ISE B3. Homepage. Disponível em: <<http://iseb3.com.br/o-que-e-o-ise>>. Acesso em: 23 de maio de 2022.

- CAMPOS, L. M. S.; SEHNEM, S.; OLIVEIRA, M. A. S.; ROSSETTO, A. M.; COELHO, A. L. A. L.; DALFOVO, M. S. Relatório de sustentabilidade: perfil das organizações brasileiras e estrangeiras segundo o padrão da Global Reporting Initiative. *Gest. Prod.*, v. 20, n. 4, p. 913-926, 2013.
- CARNEIRO, A. F.; OLIVEIRA, D. L.; TORRES, L. C. Accountability e Prestação de Contas das Organizações do Terceiro Setor: Uma Abordagem à Relevância da Contabilidade. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, v. 6, n. 2, p. 90-105, 2011.
- CARREIRA, F. A.; PALMA, C. M. Análise comparativa dos Relatórios De Sustentabilidade das Empresas Brasileiras, Espanholas, Portuguesas e Andorra. *Revista Universo Contábil*, v. 8, n. 4, p. 140-166, 2012.
- CASTRO, F. A. R.; Siqueira, J. R. M.; Macedo, M. A. S. Análise da utilização dos indicadores essenciais da versão “G3”, da Global Reporting Initiative, nos relatórios de sustentabilidade das empresas do setor de Energia Elétrico Sul Americano. *RIC - Revista de Informação Contábil*, v. 4, n. 4, p. 83-102, 2010.
- COSTA, J. V. V. Relatório Integrado: deficiências na compreensão por parte dos profissionais de finanças. *EMPRAD - Encontro dos Programas de Pós-graduação Profissionais em Administração*, São Paulo, 2021.
- COUTINHO, L. M. R. *BNDES*, v. 28, n. 56, p. 501-518, 2021.
- CRUZ, V. L.; DUARTE, A. M.; FALCÃO, D. S.; LEONE, R. J. G. Responsabilidade Socioambiental das empresas brasileiras de Energia Elétrica.
- CUNHA, R. G.; RODRIGUES, M. A. Promovendo a alfabetização científica através de oficinas pedagógicas sobre atmosfera, efeito estufa e aquecimento global. *Experiências em Ensino de Ciências* v.14, n.1, 2019.
- DANGELICO, R.M.; VOCALELLI, D. *Journal of Cleaner Production*. n. 165, p. 1263-1279, 2017.
- DANTAS, F. Balanço Social e a Responsabilidade Social nas Empresas. *Revista de Ciências Gerenciais*, v. 15, n. 21, p. 65-82, 2011.
- DAUB, C.-H. Assessing the quality of sustainability reporting: an alternative methodological approach. *Journal of Cleaner Production*, v. 15, p. 75-85, 2007.
- DIAS, E. S. Os (des) encontros internacionais sobre Meio Ambiente: da Conferência De Estocolmo à Rio+20 - Expectativas e Contradições. *Caderno Prudentino de Geografia, Presidente Prudente*, n. 39 v. 1, p. 06-33, 2017.
- FARIAS, L. J.; BARREIROS, N. Análise da adoção da ASG (ambiente, social e governança) no mercado brasileiro e internacional. *DIGE - Direito Internacional e Globalização Econômica*, v.7, n.7, p. 38-52, 2021.

FENKER, E. A.; DIEHL, C. A.; ALVES, T. W. Um estudo empírico sobre gestão de custos e riscos ambientais em empresas atuantes no Brasil. *Revista Ambiente Contábil*, v. 5. n. 2, p. 190-208, 2013.

FIPECAFI. Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações: Aplicável às Demais Sociedades. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

GONTIJO, R. G.; AZEVEDO, F. B.; MENDONÇA, M. M. Evidenciação Ambiental: análise da divulgação do Relatório de Sustentabilidade e do Balanço Social nas empresas listadas na B3. *Revista Negócios em Projeção*, v. 10, n. 2, p. 94-106, 2019.

GROENING, C.; SARKIS, J.; ZHU, Q. Green marketing consumer-level theory review: a

IGARASHI, D. C. C.; BENATI, A. C.; SEGATE, F. M.; BORGES, B. J.; IGARASHI, W. Análise comparativa dos relatórios socioambientais de 2013 e 2016 de empresas participantes do programa “Em boa Companhia”. *Reves - Revista Relações Sociais*, v. 03, n. 1, 2020.

KRIPKA, R. M. L.; SCHELLER, M.; BONOTTO, D. L. Pesquisa Documental: considerações sobre conceitos e características na Pesquisa Qualitativa. *Investigação Qualitativa em Educação*, v. 2, 2015.

KROETZ, c. e. s. Balanço social teoria e prática. São Paulo: atlas, 2000.

Lins, L. S.; Silva, R. N. S. Responsabilidade Sócio-Ambiental ou Greenwash: Uma Avaliação com Base nos Relatórios de Sustentabilidade Ambiental. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, v. 4, n. 1, p. 91-105, 2009.

LOZANO, R. M.; VALENCIA, P. T. Do industrial companies respond to the guiding principles of the Integrated Reporting framework? A preliminary study on the first companies joined to the initiative. *Revista de Contabilidade – Spanish Accounting Review*, v. 19, n. 2, p. 252–260, 2016.

MANKIW, N. G. Introdução à Economia. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.

MARQUES, J. C.; BRONDANI, R. F. Transparência ou Estratégia de Marketing: Uma Análise dos Relatórios de Sustentabilidade de 2012 e 2013 publicados pelo Corinthians. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, v. 4, n. 3, p. 197-208, 2015.

MAZON, C.; ISSA, R. H. Adoção e Implementação das Práticas ESG (Environmental, Social and Governance) pelas Empresas Estatais: o Programa Socioambiental da PETROBRAS e a Preservação das Comunidades Tradicionais. *Cadernos da Escola Paulista de Contas Públicas*, p. 35-52, 2021.

MELLO, C. G. G.; HOLLNAGEL, H. C.; CEI, N. G. Evidenciação Ambiental Segundo a NBC T 15: Uma Análise em quatro empresas do setor de Energia Elétrica de 2006 a 2014. *Redeca*, v.3, n.2, p. 93-109, 2016.

MOURA, T.; MAMEDES, A. D.; BRUN, S. A. Indicadores da NBC T 15: uma análise da adesão no balanço social da EPAMIG. *Revista Brasileira de Administração Científica*, v.12, n.1, p.291-302, 2021.

MUNARETTO, L. F.; HAMILTON, L. C.; CUNHA, J. A. C. Um estudo sobre as características do método Delphi e de grupo focal, como técnicas na obtenção de dados em pesquisas exploratórias. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, v. 6, n. 1, p. 9-24, 2013.

NASCIMENTO, M. C.; RODRIGUES, R. N.; ARAÚJO, J. G.; PRAZERES, R.V. Relato Integrado: Uma Análise do Nível de Aderência das Empresas do Novo Mercado aos Indicadores-Chave (KPIs) dos Capitais Não Financeiros. *Contabilidade e Controladoria no Século XXI*, 2015.

ORO, M.; VICENTI, T.; SCARPIN, J. E. Balanço Social no terceiro setor: análise do modelo IBASE com relação à transparência e prestação de contas à sociedade. *ConTexto*, v. 14, n. 26, p. 76-89, 2014.

PACTO GLOBAL REDE BRASIL. A Iniciativa. Homepage. Disponível em: <<https://pactoglobal.org.br/a-iniciativa>>. Acesso em 16 de abril de 2022.

PAIXÃO, F. E. G. M. O Balanço Social no contexto da Governança Corporativa. 2019. Monografia (Bacharel em Ciências Contábeis). Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2019.

PAVIANI, G. A. Greenwashing: o falso marketing e a responsabilidade civil em relação ao consumidor. *Rev. de Direito e Sustentabilidade*, v. 5, n. 1, p. 92-109, 2019.

PONÇONI, R. M.; FRANCO, M. Balanço Social: identificação de indicadores socioeconômicos e ambientais de empresas com certificação de Responsabilidade Social em Mato Grosso. *Revista UNEMAT de Contabilidade*, v. 4, n. 8, p. 49-60, 2015.

RIBEIRO, C. M. A.; NETO, J. V.; COSENZA, J. P.; ZOTES, L. P. Evidenciação da responsabilidade social corporativa nos estudos sobre relato integrado: uma revisão estruturada da literatura. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, v. 53, p. 107-132, 2020.

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

SARAIVA, P. M. Marketing Digital: A Utilização das Mídias Sociais como um Canal de Comunicação no Varejo de Moda de Barbalha-CE. *Revista Multidisciplinar de Psicologia*, v.13, n. 44, p. 486-507, 2019.

SIQUEIRA, J. R. M.; FERNANDES, F. S. Balanços Sociais no Brasil: uma análise crítica das práticas corporativas. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ (online)*, v. 14, n. 2, p. 18 - p. 31, 2009.



SOUSA, E. G.; BUENO, J. M.; ALVES, M. B. F. A evolução dos relatórios de sustentabilidade: uma avaliação em quatro empresas brasileiras do ramo de energia elétrica. *Gestão Contemporânea*, v. 10, n. 13, 2013.

TRINDADE, A. A. C. A proteção dos vulneráveis como legado da II Conferência Mundial de Direitos Humanos (1993-2013). Fortaleza: IBDH, IIDH, SLADI, 2014.

VELTE, P., & STAWINOGA, M. (2017). Integrated reporting: The current state of empirical research, limitations and future research implications. *Journal of Management Control*, 28(3), 275– 320. <https://doi.org/10.1007/s00187-016-0235-4>.

WICKBOLDT, L. A.; MOREIRA, J. A. P.; SILVA, M. R.; ARAÚJO, J. S.; SIVA.; J. V.; PEREIRA, J. A. *Revista Brasileira de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*: 5(11): 897-910, 2018.

YIN, R. K. *Case Study Research: Design and Methods*. 5th ed. Estados Unidos: Sage Publications, Inc., 10 maio 2013.