
**MESTRADO em CONTABILIDADE E FISCALIDADE
EMPRESARIAL**

**ANÁLISE DA DIVULGAÇÃO AMBIENTAL EM
EMPRESAS PETROLÍFERAS**

HELENA ISABEL CAETANO BARATA

COIMBRA

2015

INSTITUTO POLITÉCNICO DE COIMBRA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO

ANÁLISE DA DIVULGAÇÃO AMBIENTAL EM EMPRESAS PETROLÍFERAS

Autora:

Helena Isabel Caetano Barata

Orientadora:

Doutora Cristina Maria Gabriel Gonçalves Góis

Mestrado em Contabilidade e Fiscalidade Empresarial

Coimbra, Outubro de 2015

INSTITUTO POLITÉCNICO DE COIMBRA
INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO

ANÁLISE DA DIVULGAÇÃO AMBIENTAL EM EMPRESAS PETROLÍFERAS

Dissertação submetida pela aluna Helena Isabel Caetano Barata ao Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Contabilidade e Fiscalidade Empresarial, realizada sob a orientação científica da Doutora Cristina Maria Gabriel Gonçalves Góis.

Agradecimentos

Este espaço é dedicado a todos os que deram a sua contribuição para que esta dissertação fosse realizada. Agradecer nem sempre é uma tarefa fácil: existe o receio de esquecer alguém; de não valorizar aquele gesto simples ao qual não demos a devida importância, mas que merecia a nossa especial atenção. De qualquer modo, não poderia deixar de mencionar as seguintes pessoas que, de uma forma ou de outra, contribuíram para a concretização deste projeto:

- A minha orientadora, Professora Doutora Cristina Maria Gabriel Gonçalves Góis na qualidade de orientadora deste trabalho, pela disponibilidade, paciência, apoio prestado e pelo elevado grau de exigência que, desde sempre me foi solicitado.
- Ao meu namorado Rafael, que sempre esteve ao meu lado, por todo o amor, compreensão, paciência e motivação que foram fatores imprescindíveis e necessários para nunca falhar na prossecução deste projeto.
- A minha família e amigos, a quem expressei a minha profunda gratidão por me ouvirem e me darem alento para continuar e ao mesmo tempo por compreenderem as minhas mais longas mas inevitáveis ausências.

Um muito obrigado a todos!

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo analisar a evolução da divulgação voluntária de informação das empresas petrolíferas, no período de 2008-2012, tendo por base os indicadores de desempenho ambiental da GRI.

Este projeto de investigação surgiu da consciencialização dos problemas ambientais que o mundo de hoje enfrenta. Perante este cenário, as empresas devem tomar decisões corretas quanto à relação existente entre meio ambiente e o meio empresarial. Elas necessitam de informações confiáveis e claras acerca das perdas que as suas atividades provocam no meio ambiente, identificando e descrevendo os custos e ganhos ambientais associados.

Dos resultados obtidos, concluiu-se que a divulgação voluntária de informação por parte das empresas petrolíferas é ainda reduzida na área do desempenho ambiental, apesar de se ter verificado uma evolução positiva nos cinco anos estudados. Em termos médios, dos 30 indicadores recomendados, apenas 24 são divulgados por estas empresas, revelando assim uma reduzida adesão à divulgação voluntária de informação segundo a estrutura da GRI.

Quanto aos fatores determinantes, apurou-se que a certificação contribui para a divulgação de informação e que, pelo contrário, a rendibilidade não é um fator influenciador.

Palavras-Chave: Divulgação, Relatórios de Sustentabilidade, Informação Voluntária, Informação Ambiental, *Global Reporting Initiative* (GRI).

Abstract

The present dissertation aims to analyze the evolution of the voluntary disclosure of information by oil companies, in the period from 2008 to 2012, based on the environmental performance indicators of GRI.

This research project arose from the awareness of environmental problems the world faces today. Given this scenario, companies should make correct decisions regarding the relationship between environment and business environment. They need clear and reliable information about the losses that their actions cause to the environment, identifying and describing the costs and associated environmental gains.

From the results, it was concluded that the voluntary disclosure of information by companies listed on the oil companies is still reduced in the matters of environmental performance, despite having had a positive development in the five years considered. Out of 30 indicators, only 24 are disclosed by these companies, thus evidencing a poor observance of voluntary disclosure of information according to the GRI structure.

As far as determinant factors are concerned, it was found that the certification contributes to the disclosure of information, and that, in contrast, profitability is not an influence factor.

Keywords: Disclosure, Sustainability Reports, Volunteer Information, Environmental Information, Global Reporting Initiative (GRI).

Índice

1.	Introdução	1
	PARTE I – Enquadramento Teórico.....	3
2.	A relevância da indústria petrolífera.....	3
3.	Revisão da Literatura	6
3.1.	A responsabilidade social empresarial.....	6
3.2.	Evolução das questões ambientais.....	9
3.3.	Teorias subjacentes à divulgação de informação.....	14
3.3.1.	Teoria da Legitimidade.....	15
3.3.2.	Teoria dos <i>Stakeholders</i>	16
3.3.4.	Teoria de Agência.....	19
3.4.	A Divulgação Voluntária de Informação.....	21
3.4.1.	Conceito, objetivos e tipos da divulgação voluntária de informação	21
3.4.3.	Objetivos dos relatórios e motivações para a publicação de relatórios	30
4.	Referenciais para a elaboração dos relatórios de Sustentabilidade.....	31
4.1.	Ethos	33
4.2.	International Organization for Standarization (ISO)	34
4.2.1.	ISO14001	34
4.2.2.	ISO26000	35
4.3.	Global Reporting Initiative	35
4.3.1.	A evolução da estrutura da GRI e os indicadores de desempenho	36
4.3.2.	As diretrizes e os princípios da GRI	39
4.3.3.	Perspetiva Ambiental.....	43
4.3.4.	Indicadores de desempenho	44
5.	Estudos acerca da divulgação ambiental	46

PARTE II – Desenho da Investigação	52
6. Metodologia	52
6.1. Objetivo	52
6.2. Justificação.....	52
6.3. Definição e dimensão da população e amostra “Grupo GRI”	53
6.4. Definição das variáveis e fatores explicativos do “Grupo GRI”	54
6.5. Hipóteses de investigação	55
6.6. Definição das variáveis e fatores explicativos da “Amostra Total”	56
6.7. Métodos e técnicas estatísticas	59
PARTE III – Estudo Empírico.....	61
7. Estatística descritiva	61
7.1. Estatística descritiva da amostra Total.....	61
7.2. Estatística descritiva “Grupo GRI”	63
7.3. Índice de divulgação ambiental	65
8. Análise Empírica.....	67
8.1. Análise Empírica Amostra Total	67
8.1.1. Análise Univariada – Amostra Total	67
8.1.2. Análise multivariada da Amostra Total	68
8.1.3 Análise crítica dos resultados – Amostra Total	73
8.2. Análise Empírica Amostra GRI.....	75
8.2.1. Análise Univariada – GRI.....	75
8.2.2. Interpretação e análise multivariada - Grupo GRI.....	78
8.1.3 Análise crítica dos resultados – Amostra GRI.....	81
PARTE IV – CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E PERSPETIVAS FUTURAS	83
9. Conclusão.....	83

10.	Limitações do estudo	85
11.	Sugestões para investigação futura	85
12.	Referências bibliográficas	87
	Anexo A	92
	Anexo B	95
	Anexo C	97

Índice de figuras e tabelas

Índice de tabelas

Tabela 1: Os princípios do <i>Global Compact</i>	12
Tabela 2: Destinatários e interesses na informação ambiental	17
Tabela 3: Classificação da variável PRS	57
Tabela 4: Níveis da variável dependente PRS	58
Tabela 5: Variáveis independentes	58
Tabela 6: Variáveis de controlo	59
Tabela 7: PRS - Classificação da amostra Total.....	62
Tabela 8: Estatística descritiva da amostra Total.....	62
Tabela 9: Estatística descritiva da amostra “Grupo GRI”	66
Tabela 10: Matriz de correlação bivariada	67
Tabela 11: Modelo 1 – Amostra Total.....	70
Tabela 12: Modelo 2 – Amostra Total.....	71
Tabela 13: Modelo 3 – Amostra Total.....	72
Tabela 14: Modelo 1.1 – Amostra Total.....	73
Tabela 15: Modelo 2.2 – Amostra Total.....	74
Tabela 16: Modelo 3.3 – Amostra Total.....	74
Tabela 17: Matriz de correlação bivariada para toda a amostra do “Grupo GRI”	76
Tabela 18: Matriz de correlação bivariada para as empresas pertencentes ao G8 do “Grupo GRI”	76
Tabela 19: Matriz de correlação bivariada para as empresas Fora G8 do “Grupo GRI”	77
Tabela 20: Modelo 1 – Grupo GRI.....	79
Tabela 21: Modelo 2 – Amostra GRI	79
Tabela 22: Modelo 3 – Amostra GRI	80

Tabela 23: Modelo 1.2 – Amostra GRI	81
---	----

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Meios utilizados para a divulgação de informação voluntária	25
Gráfico 2: Percentagem de empresas que utilizam o GRI.....	63
Gráfico 3: Evolução do nível de divulgação das empresas do G8.....	64
Gráfico 4: Evolução do nível de divulgação das empresas Fora do G8	65

Índice de figuras

Figura 1: Teoria da agência	19
Figura 2: Razões para divulgar e não divulgar informações ambientais voluntariamente ..	23
Figura 3: Evolução dos aspetos e indicadores de desempenho empresarial.....	38
Figura 4: Dimensões da sustentabilidade empresarial.....	40
Figura 5: Princípios para elaboração dos relatórios de sustentabilidade	42
Figura 6: Indicadores Essenciais e Complementares GRI - G3.1.....	45
Figura 7: Índice de Divulgação Ambiental.....	66

Lista de abreviaturas e siglas

BCSD Portugal – Business Council for Sustainable Development Portugal

CERES -Coalition for Environmentally Responsible Economies

CMVM - Comissão do Mercado de Valores Mobiliários

CNC - Comissão de Normalização Contabilística

CNUMAD - Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento

CQNUAC - Convenção Quadro das Nações Unidas sobre Alterações Climáticas

DC - Diretriz Contabilística

FASB - Financial Accounting Standard Board

GRI – Global Initiative Reporting

IAS - International Accounting Standards

IASB - International Accounting Standards Board

ISO – International Organization for Standardization

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

ONG's – Organizações Não Governamentais

RCP – Rendibilidade dos Capitais Próprios

ROE - Return on Equity

RS - Responsabilidade Social

RSE - Responsabilidade Social das Empresas

RCP – Rendibilidade dos Capitais Próprios

SEC - Securities and Exchange Commission

TBL – Triple Bottom Line

UE – União Europeia

UNEP - United Nations Environment

WBCSD - World Business Council for Sustainable Development

1. Introdução

O presente trabalho tem por objetivo analisar o grau de divulgação ambiental das empresas petrolíferas Europeias e Brasileiras, subdivididas em pertencentes e não pertencentes ao grupo G8, nos anos de 2008 a 2012, através da informação disponibilizada pelas empresas nos seus relatórios anuais, ou relatórios de sustentabilidade, quando disponíveis. A análise a efetuar terá por base os indicadores de desempenho ambiental definidos na GRI (*Global Initiative Reporting*).

Cada vez mais empresas, tomam consciência de que o seu sucesso futuro, depende não apenas da otimização de lucros no curto prazo, mas da adoção de comportamentos socialmente responsáveis. Entende-se assim que têm um interesse acrescido analisá-lo mais aprofundadamente, com o objetivo de perceber se realmente as empresas têm feito um esforço no sentido de darem resposta a essa crescente preocupação por parte da sociedade.

Neste sentido, nesta dissertação procura-se fazer um estudo sobre o grau de divulgação ambiental das empresas do setor da indústria petrolífera, entre os anos de 2008 e 2012, fazendo uma avaliação do seu nível de divulgação através da análise da informação disponibilizada pelas empresas nos seus relatórios anuais, ou relatórios de sustentabilidade, quando os mesmos são disponibilizados. A análise a efetuar terá por base os indicadores de desempenho ambiental definidos na GRI.

De modo a ser possível ter um indicador global que demonstre o fator de impacto das informações geradas em relatórios anuais e relatórios de sustentabilidade, é necessário um modelo que seja capaz também de aperfeiçoar a administração das informações.

Neste contexto, surgiram os relatórios de sustentabilidade, que apesar de não terem obrigatoriedade de elaboração e divulgação, em muitos países, tornaram-se em um instrumento com cada vez mais utilizadores. (Moneva *et al.*, 2006).

As informações ambientais são essenciais para o conhecimento do nível de sustentabilidade das entidades e para as tomadas de decisões públicas e privadas, principalmente sobre os setores mais poluentes.

Tendo em consideração que a principal fonte de energia primária consumida no mundo é o petróleo, a importância da indústria do petróleo mundial está além da sua posição energética,

produz um impacto significativo em outros segmentos da cadeia produtiva, influência esta que pode ser verificada em termos económicos, políticos e financeiros.

Face ao objetivo proposto, a presente dissertação encontra-se estruturada em quatro partes:

Parte I – Enquadramento Teórico: neste capítulo é efetuada a revisão bibliográfica destinada à introdução teórica dos conceitos fundamentais em matéria de divulgação voluntária de informação. Serão apresentados os referenciais para a elaboração dos relatórios de sustentabilidade, bem como a estrutura e diretrizes da GRI e uma breve referência aos relatórios de sustentabilidade enquanto meio ou veículo empresarial de divulgação voluntária da sustentabilidade. Seguidamente, é apresentada uma revisão da literatura de estudos acerca da divulgação de informação ambiental.

Na Parte II – Metodologia: neste ponto, são divulgadas as hipóteses levantadas por esta dissertação, bem como serão definidas a amostra e as variáveis, bem como os métodos e as técnicas estatísticas que melhor se adequam aos objetivos definidos para a prossecução deste trabalho.

Na Parte III – Estudo Empírico: será desenvolvida a análise e discussão dos resultados alcançados. Com o objetivo de caracterizar a realidade em estudo e de responder às hipóteses de investigação aplicaram-se técnicas de estatística univariada, bivariada e multivariada dos dados recolhidos dos relatórios das empresas constantes da população-alvo.

Parte IV – Conclusão: serão apresentadas, através de uma síntese global da dissertação, as conclusões do presente trabalho, nomeadamente, as que resultaram das análises univariada, bivariada e multivariada. Serão também referidas as limitações do presente estudo assim como as sugestões para futuras investigações.

PARTE I – Enquadramento Teórico

2. A relevância da indústria petrolífera

O petróleo é a principal fonte de energia primária consumida no mundo, diariamente são movimentados biliões de dólares em atividades da indústria petrolífera, o petróleo tornou-se imprescindível às comodidades da vida moderna.

Entende-se por indústria petrolífera o conjunto de atividades relacionadas com exploração, desenvolvimento, produção, refinamento, processamento, transporte, importação e exportação, distribuição e comercialização de petróleo, gás natural, outros hidrocarbonetos e os seus derivados. Tendo esta indústria uma relevância que está além da sua posição meramente energética, têm um impacto significativo em outros segmentos da cadeia produtiva, pode verificar-se que têm uma influência em termos políticos, económicos e sobretudo financeiros. A sua principal atividade é a exploração de petróleo bruto, um combustível fóssil não-renovável, que é convertido em produtos não-degradáveis como gasolina, plásticos, fertilizantes, asfalto, lubrificantes, de entre outros produtos muito utilizados no nosso quotidiano, sendo todos eles considerados nocivos para o ambiente. As atividades desta indústria sustentam o desenvolvimento tecnológico e o estilo de vida moderno, pelo que o seu impacto deverá aumentar ao longo das próximas décadas.

Existe uma estimativa de que entre 2001 e 2030, sejam investidos o montante de 3,04 trilhões de dólares, sendo 2,18 trilhões de dólares em exploração e produção (72%), 395 bilhões de dólares em refinação (13%) e 456 milhões de dólares nos demais segmentos (15%) (IEA, 2004b).

Em simultâneo temos assistido a mudanças climáticas nas últimas décadas, grande parte dessas mudanças têm sido atribuídas as atividades das indústrias petrolíferas pela concentração de gases libertados. Os mais problemáticos são o dióxido de carbono (CO_2), o metano (CH_4) e o óxido nitroso (N_2O). Por estes factos, o setor do petróleo têm sofrido constantes críticas por parte dos defensores do meio ambiente.

Atualmente, as grandes petrolíferas disputam entre si a primazia de possuir as melhores tecnologias de energia renovável e atingir as melhores marcas no que toca a redução de emissão de CO_2 , tentando mudar a sua imagem pública, desgastada ao longo de décadas por

ter sido um sector com tão elevadas taxas de emissões poluentes e incontáveis acidentes em grandes proporções. Segundo a LABJOR (2006), cada barril de petróleo extraído produz cerca de 436 quilos de CO₂, o que faz com que a indústria de petróleo seja conhecida como uma das maiores emissoras de CO₂ na atmosfera.

No plano retórico, representantes deste sector, esforçam-se em demonstrar que os custos associados à administração do passivo ambiental deixaram de ser vistos como um mal necessário para passarem a ser encarados como parte integrante do negócio. Muitas empresas petrolíferas têm investido muito na minimização dos impactos ambientais causados pela extração do petróleo, como, por exemplo: o sequestro geológico de carbono (LABJOR, 2006), a eliminação da queima do gás nas plataformas; além do desenvolvimento de energias que possam, mesmo em pequena escala, substituir o uso do combustível fóssil em algumas aplicações.

A indústria de petróleo vem enfrentando nas últimas décadas grandes pressões externas e internas para atender às exigências provenientes dos grupos com os quais ela se relaciona ou sobre os quais as suas operações exercem algum tipo de impacto (*stakeholders*), ambientalistas, acionistas, governos, comunidades, público interno, concorrência, consumidores, de entre outros, além do próprio meio ambiente e o planeta. Além dessas pressões, o ambiente de negócios no qual as empresas estavam habituadas a operar vem mudando radicalmente, fazendo com que as empresas tenham que se esforçar para se adaptarem a essas mudanças, de formas distintas, modificando paradigmas e remodelando as suas estratégias, com o intuito de manter a sua sobrevivência e garantir a sua sustentabilidade num cenário em constante alteração. Isto por si só já representa um passo importante, uma vez que obrigou as companhias petrolíferas a reconhecerem que não estão sozinhas e que elas não têm autonomia para decidir como e quando explorar os recursos de uma determinada região.

Diversos países e entidades multilaterais como a Organização das Nações Unidas (ONU), através das suas organizações como a Comissão Económica para a América Latina e o Caribe (CEPAL) e a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), têm desenvolvido esforços no sentido de estabelecer indicadores ou propor metodologias para que países e empresas possam medir a excelência da sua gestão social, económica e ambiental.

As discussões e avaliações, em torno desta temática são significativas. Os indicadores podem servir como mais um instrumento na resolução dos desafios impostos na procura do desenvolvimento sustentável, para construir ferramentas que poderão ajudar as empresas a assegurar menos desperdícios e na proteção dos direitos sócio ambientais, ao mesmo tempo em que geram mais valor. E, consequentemente, mais riqueza e mais lucro.

Assim sendo e com a atual configuração da indústria petrolífera, este estudo justifica-se pela configuração destas companhias perante a economia mundial e as suas inter-relações, pelas ações praticadas e perspectivas de atuação para uma maior gestão ambiental, pelo relevante e importante papel que os indicadores ambientais representam na indústria, por sintetizarem importantes e indispensáveis informações quantitativas e qualitativas, de forma que permitam avaliar a eficiência e efetividade do sistema produtivo dessas empresas, relacionados com a utilização dos recursos, a minimização dos riscos e dos perigos, a redução dos resíduos e, com a preservação da qualidade do meio ambiente.

PARTE I – REVISÃO DA LITERATURA

3. Revisão da Literatura

Neste capítulo, faz-se um levantamento do estado da arte da literatura referente ao tema central desta tese, que é a divulgação ambiental, tendo como objetivo enquadrar o tema em questão e a crescente importância deste.

3.1. A responsabilidade social empresarial

Nos últimos anos, as questões sociais e ambientais conquistaram os negócios e mostraram a capacidade de se criar valor para diferentes grupos sociais, como clientes, acionistas e outras partes interessadas. As forças da globalização levaram as empresas a integrar a dimensão socio ambiental na gestão, refletindo-se no modo como informam sobre a sua interação com o meio ambiente. Nesse sentido, percebe-se que tem-se tornado constante a procura por uma maior *disclosure*, *accountability* e boas práticas de sustentabilidade por parte das empresas, no que se refere às informações de caráter ambiental.

Apesar de ser um tema cada vez mais atual não existe um conceito único de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), alguns organismos evitam definir o conceito, enquanto outros utilizam denominações que, para efeitos práticos, consideram sinónimos, como Sustentabilidade Empresarial ou Responsabilidade Corporativa. Em resumo, podemos afirmar que existem abordagens completamente distintas para um mesmo conceito, a RSE, no entanto, inter-relacionadas entre elas.

Segundo Branco e Rodrigues (2006), a RSE está relacionada com questões complexas como a proteção ambiental, gestão de recursos humanos, saúde e segurança no trabalho, relações com as comunidades locais, e as relações com fornecedores e consumidores. A conceção atual dominante de RSE acarreta que as empresas voluntariamente integrem as preocupações sociais e ambientais nas suas operações e nas suas interações com as partes interessadas.

Segundo o Livro Verde da Comissão Europeia (2001), a RSE é um conceito segundo o qual, as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo. Com base nesta conjectura, a gestão das empresas não pode, e/ou não deve, ser orientada apenas para o cumprimento de interesses dos proprietários das

mesmas, mas também pelos de outros detentores de interesses como, por exemplo, os trabalhadores, as comunidades locais, os clientes, os fornecedores, as autoridades públicas, os concorrentes e a sociedade em geral.

Ainda segundo o Livro Verde (2001), a RSE na maioria das definições é descrita como “uma integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interação com outras partes interessadas”. Ser socialmente responsável, e por isso, ir “para além do simples cumprimento da lei pode aumentar a competitividade de uma empresa” (Ibid, 2001), amplificando deste modo as oportunidades de mercado.

Freeman (1984), é o primeiro autor a discutir a relação das empresas com os *stakeholders*. Este autor mostrou a *stakeholder theory*, para a qual a gestão envolve a afetação de recursos organizacionais e a consideração dos impactos desta afetação em vários grupos de interesse, dentro e fora da organização. O autor propõe a divisão dos *stakeholders* em dois grupos, os primários e os secundários, de acordo com os direitos estabelecidos nos recursos organizacionais. Os *stakeholders* primários, considerados os acionistas e os credores, são os que possuem os direitos legais sobre os recursos organizacionais. Os *stakeholders* secundários, como a comunidade, funcionários, consumidores, entre outros, são aqueles cujo direito sobre os recursos organizacionais não é considerado um direito legal e/ou é um direito baseado em critérios de lealdade e em obrigações éticas.

Por outro lado, no ano de 1991, Wood não se limitou esta visão apenas aos interesses dos *stakeholders* e apresentou os três principais componentes da RSE: nível, processos e resultados. O nível de RSE tem como base a legitimidade da empresa na sociedade, ao nível institucional, organizacional e individual; os processos de RSE incluem a avaliação ambiental, a gestão da relação com os *stakeholders* e gestão de questões sociais; os resultados da RSE incluem o impacto, os programas e as políticas sociais.

Friedman (1970), diz que os gestores acreditam que estão a defender a livre iniciativa de modo a obter os fins sociais desejados, e assim mostrar que as empresas não estão somente preocupadas com o lucro, mas também estão preocupadas com a consciência social e levam a sério as suas responsabilidades sociais.

Segundo Branco e Rodrigues (2008), as empresas envolvem-se com a RSE, por considerarem que isso traz alguma vantagem competitiva, podendo assim trazer uma vantagem tanto a nível interno, externo, ou em ambos. Através do compromisso social, as

empresas com boa reputação de responsabilidade social podem melhorar as relações com os *stakeholder*, permitindo uma diferenciação face aos seus ‘adversários’, e melhorar os resultados financeiros. Por outro lado, e segundo os mesmos autores, as empresas apostam na RSE para fazer frente a pressões externas, uma vez que, ao não o fazer, poderão colocar em causa a sua rentabilidade e sobrevivência.

Porter e Kramer (2006) apresentam a obrigação moral, a sustentabilidade, a licença para operar e a reputação como as justificações para a necessidade de RSE. Ao nível da obrigação moral os autores justificam que as empresas têm o dever de ser bons cidadãos e de fazer o que é correto. Ao nível da sustentabilidade esta pode ser vista como satisfazer às necessidades presentes sem comprometer o futuro. A licença para operar deriva da necessidade de “autorização” da sociedade em geral para poder laborar. Finalmente, uma maior reputação resulta do aumento da qualidade percebida das ações desenvolvidas pela empresa.

O Livro Verde (2001), diz ainda que o desempenho social e ambiental das empresas, exige transparência pelas partes interessadas, sendo essa mesma exigência então satisfeita através de relatórios de informação social.

Os resultados para a empresa que investe em responsabilidade socio ambiental empresarial não são mensuráveis a curto prazo, mas ao longo do exercício das atividades da empresa, que inevitavelmente alcançará diferenciação e ganhos futuros. Podem enumerar-se vários desses ganhos, como o desenvolvimento de nova visão estratégica, o compromisso com o desenvolvimento sustentável, o envolvimento dos *stakeholder*, a ética e transparência, as vantagens competitivas e liderança, a identificação e gestão de fortalezas e fraquezas e de riscos e oportunidades, o ganho de imagem e reputação, o respeito e a confiança, a atração e retenção de talentos, ou seja, a visão interdependente que gera inovação (GRI, 2006)

Com as crescentes preocupações ambientais e sociais, ocorre uma maior divulgação de informações sobre a participação das empresas em atividades sociais e como as mesmas se preocupam com a valorização do meio ambiente. Para as empresas envolvidas, significa ganhar a preferência dos *stakeholders*, contar com os melhores parceiros e ter as suas ações melhor valorizadas no mercado representando ganhos em termos de negócios.

3.2. Evolução das questões ambientais

Apesar de já existirem indícios anteriores, as questões ambientais começaram a ganhar uma maior importância a partir dos anos 70, nessa altura começaram a ser discutidas inicialmente nos meios académicos e nas Organizações Não Governamentais (ONG's), e só posteriormente, pela comunidade internacional. Existiu assim, uma crescente preocupação e a consciência da sociedade pelo meio ambiente, dos prejuízos que surgem para a humanidade, impulsionou o debate e incutiu uma maior atenção para este assunto por parte das empresas.

Um dos primeiros estudos sobre as questões ambientais foi publicado em 1971, este estudo foi denominado “Limites do crescimento” e perante dos cientistas, essas iniciativas ficaram conhecidas como do Clube de Roma. O estudo propõe uma redução do crescimento económico e populacional para preservar o planeta, proposta que ficou conhecida como “crescimento zero”. Essa visão do mundo sugere parar o crescimento económico da humanidade, de modo a evitar o risco de comprometer a vida no planeta. A preocupação ambiental não constitui tema recente, mas foi somente nas últimas três décadas do século XX que ela passou a ser debatida com maior intensidade (Barbieri, 2004).

Ainda segundo Barbieri (2004), o crescimento da consciência ambiental por amplos setores da sociedade é outro fator indutivo da emergência da Gestão Ambiental. No pós-guerra começa efetivamente o crescimento dos movimentos ambientalistas apoiados numa crescente conscientização de parcelas cada vez maiores da população.

Em 1972 é feita a primeira grande conferência da Nações Unidas sobre o meio ambiente. Realizada na cidade de Estocolmo, foi a primeira grande iniciativa mundial para tentar organizar as relações entre o Homem e o meio ambiente, teve como resultado a declaração de um plano de Ação para o Meio Ambiente Humano, que contém 109 recomendações.

Em 1983 é iniciada uma comissão ambiental feita pela ONU com a finalidade de criar um meio-termo para as duas perspetivas criadas na conferência de 72 (“desenvolvimento zero” e “desenvolvimento a qualquer custo”). O resultado foi divulgado em 1987, sendo designado como o “Nosso Futuro Comum”, mais conhecido como Relatório Brundtland. A comissão cria o conceito de Desenvolvimento Sustentável, segundo o qual este é “o desenvolvimento que satisfaz as necessidades presentes, sem comprometer a capacidade das gerações futuras

de suprir as suas próprias necessidades”. O conceito central diz respeito a uma corresponsabilidade de todos, independente de serem países, estados, municípios, cidades, ou o próprio indivíduo. Seja no meio urbano, ou rural, na esfera económica, ou social todos nós temos deveres diante do planeta (Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, 1991).

Em 1992, foi apresentado o conceito de ecoeficiência pelo *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), sendo atualmente este organismo considerado líder mundial na abordagem empresarial das temáticas do desenvolvimento sustentável.

Segundo Gray e Bebbington (2001) *apud* Freitas (2007), a divulgação de informação ambiental tornou-se um tema de grande importância. Estes autores destacam que ao longo da década de 90, configurou-se como uma das maiores manifestações da interação das empresas com o meio ambiente, o que é um fenómeno notável, visto que permaneceu, em geral, como uma atividade voluntária. Mesmo que a evidenciação ambiental não seja a prática da maioria das empresas, ela é realizada predominantemente por grandes empresas.

Ainda em 1992 foi realizada, no Rio de Janeiro, a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), também chamada de ECO-92, que tinha o objetivo de procurar soluções para os diversos problemas ambientais criados pela humanidade. No encontro foram feitas duas convenções, uma sobre a Biodiversidade e outra sobre Mudanças Climáticas, ambas tendo como base o Relatório *Brundtland*. A primeira, em vigor desde 1993, tem a finalidade de diminuir o ritmo de devastação da fauna e da flora. Já a Convenção sobre Mudanças Climáticas, em vigor desde 1994, estabelece metas de redução da emissão de poluentes, assim como de redução do avanço da desertificação. É criado um Plano de ação, mais conhecido como Agenda 21, com a finalidade de identificar os meios que permitissem conciliar o desenvolvimento socioeconómico com a preservação e proteção dos ecossistemas da Terra, exigindo assim, que haja um equilíbrio entre três pilares: as dimensões económica, social e ambiental.

Foi ainda em 1992, que se estabeleceu a Convenção Quadro das Nações Unidas sobre as Alterações Climáticas (CQNUAC), que tem como objetivo a estabilização da concentração de gases do efeito estufa na atmosfera em níveis tais que evitem a interferência perigosa com o sistema climático, Portugal foi um dos países signatários do referido acordo.

Em 1996, a Organização Internacional para Padronização (ISO) publica o primeiro conjunto de normas ambientais da série ISO 14000. Dentre estas normas, destaca-se a norma ISO 14001, revista em 2004, referente a Sistemas de Gestão Ambiental - Requisitos com orientações para uso (*Environmental Management Systems - Requirements with guidance for use*), que como diz o seu texto introdutório, tem o objetivo de munir as organizações com os elementos de um sistema de gestão ambiental eficaz, passível de integração com outros requisitos de gestão, de forma a auxiliá-las a alcançar os seus objetivos ambientais e económicos. Então, a certificação na norma ISO 14001 não é o fim, mas um meio para validar as operações de um Sistema de Gestão Ambiental.

Eugénio (2004), realça que foi na década de 90 que existiu um número crescente de divulgação ambiental, os temas abordados passaram a ter uma maior incidência em questões ambientais do que em questões sociais, o número de relatórios aumentou consideravelmente.

Em Quioto no Japão é assinado um protocolo para a redução da emissão dos gases que agravam o efeito estufa e mecanismos adicionais de implementação para que estas metas sejam atingidas. Esse acordo foi dado o nome de Protocolo de Quioto, foi assinado em Dezembro de 1997.

Porter (1999) assegura que a melhoria na relação com o meio ambiente é capaz de beneficiar a produtividade dos recursos utilizados na organização, porque traz benefícios para o processo e para o produto.

Em Janeiro de 1999, o então secretário-geral da ONU, Kofi Annan, anunciou pela primeira vez o Pacto Global das Nações Unidas¹ - *Global Compact*, o qual foi oficialmente lançado em Julho do ano 2000.

O objetivo principal foi desde logo encorajar empresas a adotar políticas de responsabilidade social corporativa e sustentabilidade, integrando nas suas políticas e práticas negociais, de valores fundamentais internacionalmente aceites. Tem como objetivo promover um diálogo entre empresas, organizações das Nações Unidas, sindicatos, organizações não-

¹ Nações Unidas, 2000. Note-se que a versão inicial do GC conta apenas com os primeiros nove princípios.

governamentais e demais parceiros, para o desenvolvimento de um mercado global mais inclusivo e sustentável.

Qualquer entidade signatária do *Global Compact* assume publicamente o compromisso de implementar, divulgar e promover esses princípios de forma voluntária, adotando desse modo um quadro de medidas, mundialmente reconhecidas, para o desenvolvimento, execução e divulgação de práticas e políticas ambientais, sociais e públicas. Atualmente o *Global Compact* é composto por dez² princípios universais que se encontram agrupados em quatro categorias: direitos humanos, trabalho, meio ambiente e corrupção, tal como ilustra a tabela a seguir apresentada:

Tabela 1: Os princípios do *Global Compact*

Categoria	Princípios
Direitos Humanos	1.As empresas devem apoiar e respeitar a proteção dos direitos humanos reconhecidos internacionalmente.
	2.As empresas devem certificar-se que não são cúmplices em abusos dos direitos humanos
Trabalho	3.As empresas devem defender a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva.
	4.Eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório.
	5.Eradicação efetiva do trabalho infantil
	6.Eliminação da discriminação no emprego e na ocupação
Ambiente	7.As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva sobre os desafios ambientais.
	8.As empresas devem desenvolver iniciativas a fim de promover uma maior responsabilidade ambiental.
	9.As empresas devem incentivar o desenvolvimento e a difusão de tecnologias ambientalmente sustentáveis.
Corrupção	10.As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive a extorsão e o suborno.

Fonte: Adaptado de “Os Dez Princípios” (UN, 2012)

2 O décimo princípio, contra a corrupção, só foi incluído em Junho de 2004.

Segundo Silva (2007, p. 172), “no final do século XX a questão ambiental deixou de ser analisada como problema global, atingindo todo o planeta e mobilizando a sociedade civil organizada, os meios de comunicação e os governos. Neste período, o conceito de responsabilidade social era visto unicamente por meio de pagamentos de salários, impostos e remuneração de acionistas, como se os desastres ambientais ficassem presos dentro das cercanias da empresa.”

Em 2001 é fundado o BCSD (Conselho Empresarial para o Desenvolvimento Sustentável) Em Portugal, as empresas fundadoras foram a Cimpor, o grupo Portucel, a Soporcel e a Sonae e mais 33 empresas de primeira linha da economia nacional. Este Conselho têm por objetivo a divulgação dos princípios que caracterizam o desenvolvimento sustentável, nomeadamente, o crescimento económico, o equilíbrio ambiental e o progresso social.

Em 2002 realizou-se a Cimeira Mundial sobre o Desenvolvimento Sustentável, em Joanesburgo, África do Sul, também tendo ficado conhecida por Rio+10. Esta cimeira teve como objetivo principal discutir soluções já propostas na Agenda 21 primordial (Rio 92).

Em Junho de 2012, foi realizada uma Conferência das Nações Unidas sobre o Desenvolvimento Sustentável, também conhecida por Rio+20, pois marcou os vinte anos de realização da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio-92), contribuindo para definir a agenda do desenvolvimento sustentável para as próximas décadas.

Em 1997, é fundada, em Boston, a GRI é uma iniciativa internacional, por uma ação conjunta da *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) e da *United Nations Environment* (UNEP). Criada com uma visão de longo prazo, cuja missão é elaborar e difundir as Diretrizes para a Elaboração de Relatórios de Sustentabilidade, aplicáveis voluntariamente por “organizações que desejem elaborar relatórios abrangendo a dimensão económica, ambiental e social das suas atividades, produtos e/ou serviços” (GRI, 2002), com o objetivo de “auxiliar a organização relatora e os seus *stakeholders*³ a articularem e

3 As diretrizes não definem o termo, tendo sido utilizado na versão portuguesa das diretrizes a expressão “Partes Interessadas” ou “Interessados”. Entendemos que *Stakeholders* são todos aqueles que afetam ou de algum modo são afetados pela atuação da empresa, designadamente Acionistas, Gestores, Colaboradores, Clientes, Fornecedores, Concorrentes, Associações, Sindicatos, Administração Pública, Grupos ecologistas, Comunidade local e ONG’s.

compreenderem as contribuições daquelas organizações para o desenvolvimento sustentável” (GRI, 2002:1).

Em 1999, foi apresentado pelo GRI o primeiro esboço de Diretrizes para Elaboração de Relatórios de Sustentabilidade, sendo efetivamente lançado em 2000. Logo de imediato foi iniciado um processo contínuo de revisão que culminou na publicação das Diretrizes 2002. Desde então, um comitê executivo de membros tem acompanhado a GRI na concepção de um marco global e no desenvolvimento de diretrizes para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade mundialmente aceites.

Em 2006, foi publicada a terceira geração de diretrizes, a G3. Mais de 3000 especialistas participaram no desenvolvimento desta versão. Em Março de 2011, a GRI publicou as Diretrizes G3.1. Estas são uma atualização das Diretrizes G3, com a expansão para temas como o sexo, a comunidade e o desempenho em matéria de direitos humanos.

Como já era previsto foi lançada recentemente (22 de Maio de 2013), uma nova linha de orientação da GRI, a G4 que representa uma quarta geração de linhas orientadoras para o relato, que pretendem conferir ao mesmo um maior nível de concentração de informação e relevância da mesma. Este desenvolvimento resulta da consultoria de diferentes partes interessadas no relato sustentável, a nível internacional, e tem por objetivo elevar o valor dos relatórios para os seus utilizadores. As empresas podem agora começar a transição da G3.1 para a G4 ao longo de um período de dois anos.

3.3. Teorias subjacentes à divulgação de informação

A partir da revisão da literatura, constatou-se que não há uma teoria predominante para explicar a evidenciação das empresas, mas teorias que em vários aspetos se complementam. Entre as mais utilizadas, destacam-se: a teoria positiva da contabilidade, a teoria da agência, a teoria da divulgação e as teorias baseadas na economia política, como a teoria dos *stakeholders* e a teoria da legitimidade.

Teoria da Legitimidade e a Teoria dos *Stakeholders* são as que mais se destacam no contexto da investigação sobre divulgação de informação social e ambiental, no entanto serão seguidamente apresentadas as teorias referidas como podendo estar na base da divulgação voluntária de informação.

3.3.1. Teoria da Legitimidade

Baseada na abordagem de sistemas orientados e na economia política, conforme Deegan (2002), a teoria da legitimidade considera a inter-relação entre as empresas e a sociedade em que atua, a pressuposição subjacente é a de que as entidades são influenciadas e influenciam a sociedade onde atuam. Um aspecto destas teorias é o fato de perceberem os relatórios contabilísticos como documentos sociais, políticos e económicos. À luz destas teorias, os relatórios contabilísticos têm a capacidade de transmitir todos estes significados para um conjunto de destinatários. (Ibid., 2002)

Wilmshurst e Frost (2000) dizem que, essa teoria se baseia na ideia de que as empresas devem conduzir as suas atividades dentro de certos limites tidos como aceitáveis operando sob um sistema de valores pela comunidade em que estão inseridas, “a ideia de legitimidade está diretamente relacionada com o conceito de contrato social” Eugénio (2010). Quando as atividades das empresas tiverem um maior potencial de causar danos ao ambiente, os gestores devem procurar restabelecer sua reputação e divulgar informações de natureza socio ambiental, para convencer a sociedade de que suas atividades são aceitáveis.

Teoria da Legitimidade é "a percepção generalizada ou suposição de que o desempenho ambiental das empresas é desejável, apropriado, ou adequado "(Bansal e Clelland, 2004), estes autores afirmam, ainda, que uma organização ganha legitimidade se o seu desempenho ambiental está em conformidade com as expectativas dos seus *stakeholders*, incluindo os dos gerentes, clientes, investidores e membros da comunidade. Em resumo, legitimidade ambiental é conseguida quando os *stakeholders*, estão satisfeitos com as ações ou comportamentos ambientais da organização. O'Donovan (2002) sugere que os gestores usam diferentes estratégias de divulgação para diferentes situações, consoante necessitem de reparar, manter ou ganhar legitimidade.

Adams *et al.* (1998), salientam que a teoria da legitimidade constitui uma das formas que podem justificar a atuação da gestão e divulgação voluntária, mesmo em ambientes diferentes. Não sendo no entanto, suficiente para conseguir explicar as diferenças existentes entre os diversos países.

A teoria da legitimidade é considerada como sendo a base teórica mais adequada quando se tenta explicar as políticas de divulgação referentes a questões sociais e ambientais (Deegan *et al.*, 2002). A percepção da necessidade das organizações serem socialmente legítimas pode

ser uma explicação para a variabilidade na divulgação ambiental. Assim, com base na literatura já existente, a teoria da legitimidade explica a motivação para as parte divulgarem voluntariamente uma determinada categoria de evidenciação ambiental que contemple as exigências dos investidores, ou os efeitos transversais serão observados de acordo com a organização ou o setor de que ela faz parte, podendo contemplar a evidenciação de informações mais relevantes sobre as áreas que preocupam, em detrimento daquelas que não requerem tanta preocupação (Campbell, 2004).

Para Rover (2009) “a incapacidade dos gestores em atingir a legitimidade das atividades leva a pressões dos *stakeholders* podendo resultar em intervenção governamental; e os custos decorrentes destas restrições constituem o incentivo económico pela busca contínua da legitimidade”. Deegan (2002) afirma que, para alcançar a legitimidade, as empresas irão fazer mudanças estruturais ou operacionais para atender as expectativas externas de estruturas e formas operacionais consideradas aceitáveis pela sociedade. Este processo pode ocorrer por meio de cópia, isto é, uma organização copia a forma estrutural e operacional de outra organização já existente no mercado, ou seja, a organização eleita para ser copiada já é uma empresa legitimada pela sociedade.

Conclui-se que as organizações perante um quadro menos favorável, devam utilizar estratégias de divulgação, de modo, a reverter ou minorar uma situação negativa. Para isso devem ser utilizadas as estratégias de legitimação, evidenciando assim uma imagem positiva perante os *stakeholders*.

3.3.2. Teoria dos Stakeholders

Enquanto na teoria da legitimidade a grande importância é atribuída à sociedade, a teoria dos *stakeholders* baseia-se na noção de que as empresas têm vários interessados. A perspectiva dos *stakeholders* sugere que, além de acionistas, existem outros grupos que são afetados pelas atividades das empresas, e como tal, têm de ser considerados nas decisões dos gestores (Freeman, 1998).

O termo *stakeholder*, segundo Freeman e Mc Vea (2010), surgiu em um memorando do Instituto de Pesquisa de Stanford (SRI) nos anos 60. Nesse memorando debatia-se a atuação do gestor da empresa como sendo de múltiplos objetivos, que deveriam atender aos *stakeholders*. Para além dos acionistas, gestores e credores, podem ser abrangidos na

categoria de *stakeholders*, os clientes, os fornecedores, os funcionários, o público e organizações em geral, entre outros (Freitas, 2007). Nessa ótica, a gestão empresarial deve ser desenvolvida para garantir o apoio de cada um desses interessados, de modo a garantir o sucesso da empresa no longo prazo. Assim, segundo os autores, o gestor deve examinar as relações com os *stakeholders* para desenvolver as estratégias empresariais.

Tabela 2: Destinatários e interesses na informação ambiental

Trabalhadores	-Instituições que oferecem melhores condições de trabalho, protegendo o ambiente - Saúde e segurança no local de trabalho
Investidores	Proteger-se de perdas inesperadas com base nas agressões da empresa ao meio ambiente.
Comunidade local	- Riscos de saúde - Ruídos e odores -Resíduos diretamente atirados para a natureza.
Clientes e fornecedores	Segurança e garantia nos produtos.
Administração pública	- Cumprimento da legislação ambiental - Acidentes e denúncias -Controlo sobre cumprimento dos compromissos ambientais.
Entidades financeiras, investidores e Acionistas	- Resultados financeiros - Custos ambientais e a sua gestão - Vantagens comerciais com a gestão ambiental - Custos do não cumprimento legal.
Profissionais de contabilidade	Para sua proteção a divulgação de mais informação ambiental de caráter financeiro servirá, para quando os clientes estiverem envolvidos em processos litigiosos relacionados com questões ambientais.
Público em geral	Na responsabilidade social das empresas, são formuladas exigências servindo-se da informação ambiental como indicador na decisão de consumo.
Outros	- Informação ambiental de âmbito local - Impacto nos ecossistemas - Impactos ambientais presentes e futuros face à atividade da empresa

Fonte: Adaptado parcialmente de Eugénio (2004)

Para Donaldson e Preston (1995), não existe apenas um único conceito e “interessados”, a teoria dos *stakeholders* é explicada e utilizada por diversos autores de formas muito diferentes e apoiada (ou criticada) com diversos e, muitas vezes, contraditórias provas e argumentos. Além disso, essa diversidade e suas implicações são raramente discutidas, e, possivelmente, nem mesmo são reconhecidas.

As empresas estão cada vez mais sujeitas a pressões tanto internas como externas, a Teoria dos *Stakeholders* afirma que a existência a longo prazo das empresas depende do suporte e da aprovação dos *stakeholders*. Assim, as organizações ao fazerem as suas atividades estão condicionadas pela aprovação dos *stakeholders*, sendo necessário um planejamento e uma estratégia que estejam de acordo com a expectativa das partes interessadas e a divulgação ambiental representa um canal de comunicação entre eles. A estratégia das empresas perante os seus *stakeholders* é que determinará o nível de sua evidenciação ambiental, sendo maior quanto mais ativa for esta política.

Wood (1991) e Clarkson (1995) fazem uma classificação dos *stakeholders* em dois grupos: primários e secundários. Os primários são indivíduos ou grupos que exercem impacto direto sobre a empresa, enquanto os secundários que não estão diretamente ligados às atividades económicas da empresa, no entanto, podem praticar influência considerável sobre ela ou podem afetar seriamente suas operações.

Clarkson (1995) afirma que apesar da sobrevivência das organizações não depender diretamente da relação com os *stakeholders* secundários, eles devem ser tidos em conta. Os *stakeholders* secundários têm a capacidade de mobilizar a opinião pública, tanto contra como a favor da organização, podendo uma relação desajustada causar problemas na condução dos negócios. Assim, “se a abordagem de *stakeholder* não funciona como uma grande teoria, mas como um processo aberto, a compreensão e experiência das relações existentes em contextos diferentes pode enriquecer ainda mais esta abordagem, reconhecendo as diferenças desses *stakeholders*” (Freeman, 2004).

Freitas (2007) diz que é importante estudar as necessidades de cada grupo de interessados, cada grupo por si é diferente, tendo cada um deles pontos de vista diferentes sobre a maneira como as empresas devem organizar as suas operações. Logo a teoria dos *stakeholders* pode, e deve, ser um estímulo para as divulgações sociais voluntárias (Deegan, 2002). O

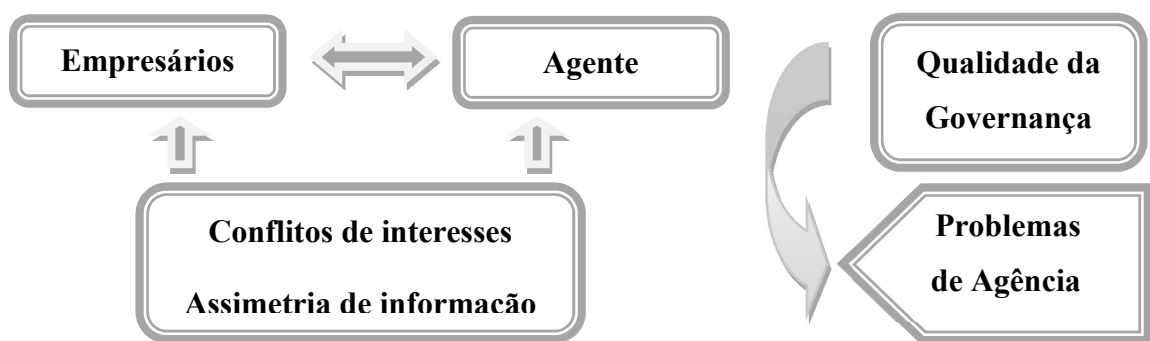
entendimento fornecido pelos *stakeholders* ajuda a organização a compreender que expectativas têm, motivando as empresas a agirem de acordo com essas expectativas.

Para Eugénio (2009), ao aplicar a teoria dos *stakeholders*, o foco principal é colocado sobre a tendência dos gestores em realizar mudanças na empresa, com o objetivo de controlar ou harmonizar as partes interessadas mais influentes. Sendo o nível de divulgação de informação por parte dos gestores influenciado precisamente por esses grupos de *stakeholders* com poder de influência, visando assim mostrar que estão a agir de acordo com as expectativas dos mesmos. (Eugénio, 2010).

3.3.4. Teoria de Agência

A teoria da agência surgiu entre a década de 60 e a década de 70, quando os economistas pretendiam investigar a partilha de risco entre os indivíduos e os grupos (Wilson, 1968). Nesta teoria está implícito um serviço, ou seja, é um contrato elaborado entre gerentes de uma organização e uma outra pessoa, a qual é designada por agente. Este agente é contratado para tomar ações e decisões que tragam benefícios de grande valor à organização, maximize os lucros e o próprio valor da empresa (Jensen & Meckling, 1976).

Figura 1: Teoria da agência



Fonte: Adaptado de Jensen e Meckling, 1976

Os agentes são contratados para atingir determinados fins, pelo que com alguma facilidade poderão existir paradoxos entre si e o indivíduo das organizações, isto deve-se ao facto dos

indivíduos serem subjetivos nas suas necessidades e preferências e principalmente por serem governados de forma contratual.

No relacionamento entre “o principal” e “o agente”, podem surgir problemas e, segundo Eisenhardt (1989), a teoria da agência procura solucionar dois dos problemas que podem surgir. Estes problemas ocorrem quando os interesses/objetivos do principal e do agente são diferenciados, isto é, começam a entrar em conflito, e a dificuldade que o principal tem para controlar se o agente está a cumprir com o preestabelecido.

Lopes e Martins (2005) afirmam que a teoria da agência rompe com o paradigma de que não existem conflitos de interesse na gestão e afirma que podem ocorrer conflitos entre os diversos interessados na empresa. Para justificarem essa conclusão argumentam que o surgimento das empresas com propriedade separada da gestão criou a possibilidade para que conflitos de interesse pudessem existir entre acionistas e administradores e mesmo entre os próprios administradores.

Partindo do pressuposto da ausência de contratos perfeitos, Jensen e Meckling (1976) argumentam que os problemas de agência e de monitoramento estão presentes em todos os níveis hierárquicos da empresa, assim como nas relações com as partes interessadas. Assim desta forma, tem-se o que a teoria da agência chama de conflito de agência, em que um dos principais motivos de conflitos é a assimetria informacional. Para Hendriksen e Breda (1999), o problema da agência inicia-se quando existe informação assimétrica. As informações transmitidas á parte interessada da ação são incompletas, onde nem todos os estados são conhecidos por ambas as partes e, sendo assim, certas consequências não são por elas consideradas.

Cabe destacar, que a assimetria informacional ocorre tanto entre a empresa e os utilizadores externos, como entre os próprios utilizadores internos e os gestores. A estrutura do governo corporativo, pode ter influência nas práticas de divulgação (Lopes e Rodrigues, 2007). Um bom sistema de governo pode assim minimizar os custos decorrentes da assimetria da informação.

Ainda existem outras variáveis que podem explicar o nível de divulgação de informação, Rodriguez, Gallego e Garcia (2010) destacam variáveis como o tamanho, a rentabilidade, o endividamento e o setor de atividade que os autores confrontaram com os pressupostos de

várias teorias, entre as quais a teoria da agência, a mesma poderá explicar o motivo da divulgação de informação.

O que podemos concluir desta teoria, é que, a dimensão da empresa poderá ser proporcional à possibilidade de serem gerados conflitos de interesses entre acionistas, credores e diretores. Ou seja, sendo a empresa de uma maior dimensão, existe uma maior necessidade de fundos externos à organização, o que pode significar uma ampliação dos conflitos de interesses.

3.4. A Divulgação Voluntária de Informação

Ao longo das últimas décadas, a comunicação de informação de carácter ambiental tem despertado interesse, obrigando à adaptação das empresas em relação às práticas ambientais exigidas não só pelos *stakeholders*, que cada vez mais exigem informação desta natureza para a tomada de decisão, mas também dos investigadores na área da contabilidade social e ambiental, em particular na linha de investigação da divulgação ambiental. Nesse sentido, percebe-se que tem-se tornado constante a procura por maior *disclosure accountability* e de boas práticas de governação empresarial por parte das empresas, no que se refere às informações de carácter ambiental.

Desde a década de 90 que a divulgação voluntária dos relatórios de responsabilidade social tem vindo a aumentar, uma vez que as exigências por parte dos *stakeholders* para responsabilizar as organizações pelos seus impactos têm crescido (Logsdon & Lewellyn, 2000).

3.4.1. Conceito, objetivos e tipos da divulgação voluntária de informação

Na literatura existente, são várias as definições de divulgação voluntária de informação, não se conseguindo encontrar unanimidade para uma única definição. A maioria dos autores descreve a divulgação voluntária como uma informação não prevista em nenhum diploma legal, estrutura ou normas de organismo legislador ou com poder para criar normativos com aplicação de carácter obrigatório.

O *Financial Accounting Standard Board* (FASB, 2001) considera divulgação voluntária, como a informação divulgada fora das demonstrações financeiras e que não está regulada

nem pelos princípios contabilísticos geralmente aceites, nem pela *Securities and Exchange Commission* (SEC).

Meek, Roberts e Gray (1995), define a informação voluntária como a divulgação de informações que excede o que é recomendado pela lei e representa uma escolha livre por parte dos gestores em divulgar informações adicionais para o processo de tomada de decisão dos investidores. Lakhal (2003) também define divulgação voluntária como a informação que não é requerida por lei.

Depoers (2002) ao descrever o conceito de informação voluntária, como a todas as informações que vão para além das informações obrigatórias, o autor centra-se quase exclusivamente nos acionistas, considera-os os destinatários por excelência desta informação.

Boesso (2002), salientou que entre a divulgação voluntária e os investidores existe uma relação de proximidade. No entanto, a divulgação voluntária representa uma importante questão na estratégia de comunicação da empresa, sendo que esta poderá ser sujeita a regras definidas e compartilhadas.

Deegan (2002) afirma que há uma variedade de fatores que influenciam os gestores a evidenciarem voluntariamente as informações socio ambientais, dentre os principais pode-se citar:

- Cumprir com os requisitos legais;
- Racionalidade económica;
- Prestar contas ou responsabilidade de informar;
- Cumprir com as necessidades de financiamento;
- Cumprir com as expectativas da comunidade;
- Responder a certas ameaças à legitimidade da organização;
- Gerir grupos de interesse particulares;
- Atrair fundos de investimento;
- Atender aos requisitos da indústria, ou códigos de conduta.
- Evitar esforços de introduzir regras de divulgação mais onerosas;
- Ganhar prémios de relatórios específicos.

O autor diz, ainda, que a informação é um elemento importante que pode ser utilizado pela organização para gerir (ou manipular) os *stakeholders* com o objetivo de obter o seu apoio e aprovação, ou para distrair a sua oposição e desaprovação nas decisões tomadas. Ou seja, para ele, a organização poderia ser motivada pelo desejo de prestar contas em relação ao seu desenvolvimento social e ambiental, mas esperar que esta motivação impere sobre todas as outras seria irrealista. Isto é, a informação é divulgada por razões estratégicas, em vez de serem publicadas com base em quaisquer responsabilidades percebidas.

Gray e Bebbington (2001) descrevem algumas das possíveis razões para as empresas divulgarem, ou não divulgarem, informações de carácter ambiental, para os autores as razões são as que são apresentadas na Figura n.º 2 do Quadro XXX.

Figura 2: Razões para divulgar e não divulgar informações ambientais voluntariamente

<u>Razões para evidenciar voluntariamente:</u> • Caso não o faça, a divulgação tornar-se-á obrigatória; • Autenticar as suas atividades; • Distrair a atenção de outras áreas; • Desenvolver a imagem empresarial; • Antecipar-se a ações regulatórias; • Impacto positivo no preço das ações; • Redução do risco percebido da empresa e das informações; • Benefícios políticos; • Vantagens competitivas; • Respeito ao direito à informação dos acionistas e <i>stakeholders</i>; • Justificar padrões de despesa.
<u>Razões para não evidenciar voluntariamente:</u> • Falta de incentivos; • Custo de levantamento e de divulgação; • Indisponibilidade de dados; • Evitar divulgar informações confidenciais à concorrência; • Falta de procura para a informação; • Ausência de requerimentos legais;

- Outras prioridades na divulgação de informações.

Fonte: Adaptado de Gray e Bebbington (2001)

No que respeita à forma de divulgação, a informação voluntária pode ser divulgada de várias formas, mas segundo os vários estudos realizados as empresas elegem utilizar o relatório anual para a divulgação das suas informações adicionais, seguindo-se a *website* da organização. Branco (2003) estudou um grupo de empresas portuguesas cotadas onde concluiu que 42% das empresas divulgam informação sobre a responsabilidade social, que é também considerada informação voluntária, através da internet, sendo que as restantes o fazem no seu relatório e contas anual. Tal posicionamento deve-se ao facto das empresas considerarem que o relatório anual é o principal meio de comunicação, senão o único, entre a empresa e os seus utilizadores.

Embora o relatório e contas e a *website* sejam os principais canais de transmissão da informação voluntária, esta também pode ser efetuada através de publicações na imprensa, brochuras e publicidade. No entanto, Zéghal e Ahmed (1990) *apud* Branco (2003), aferiram que quer as brochuras, quer a publicidade, não eram muito utilizadas para divulgar este tipo de informação, embora a publicidade se destacasse em relação à primeira forma de divulgação.

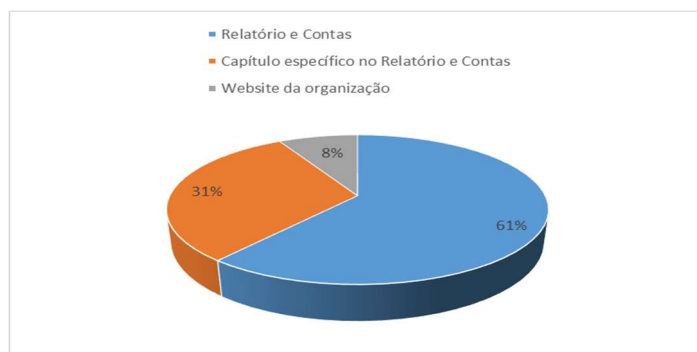
No mesmo estudo Branco (2003), conclui que tal como o tipo de informação voluntária, a forma de comunicação da mesma também varia de empresa para empresa. Para o autor o sector de atividade tem um grande impacto sobre a escolha do meio de transmissão.

Já em um estudo efetuado por Branco e Rodrigues (2008), os autores revelam que as empresas portuguesas atribuem uma maior importância aos relatórios anuais, considerando-os como um melhor método de divulgação do que a internet, uma vez que nos mesmos existe uma maior presença de informações do que na internet. No entanto, o envolvimento da comunidade na internet é superior (Branco e Rodrigues, 2008), o qual poderá ser explicado pelo facto de os relatórios anuais serem mais direccionados para os investidores, enquanto as páginas de internet são mais direccionadas a um público mais amplo, daí as empresas darem mais destaque à informação disponibilizada à comunidade.

De acordo com o estudo elaborado em 2006, pela KPMG Portugal, os meios mais recorrentemente utilizados para a divulgação "são os relatórios independentes do Relatório

e Contas (61%), a inclusão de um capítulo específico no Relatório e Contas (31%) e o *website* da organização (8%)”. (KPMG, 2006)

Gráfico 1: Meios utilizados para a divulgação de informação voluntária



Fonte: Adaptado de KPMG Portugal (2006)

São vários os fatores identificados como suscetíveis de influenciar o nível de informação voluntária pelo que a seguir analisaremos os identificados na literatura como os mais importantes:

- Dimensão

A dimensão de uma empresa tem sido considerada de uma forma repetida como uma variável determinante, no processo de divulgação de informação voluntária, na opinião da grande maioria dos autores, sendo a variável mais utilizada quando se elaboram estudos sobre a divulgação voluntária de informação (Deegan e Gordon (1996); Adams *et al* (1998); Moneva e Llena (2000); Archel (2003); Eng e Mak (2003); Monteiro (2006); Ferreira (2008); Archel, Fernández e Larrinaga (2008). Esta situação é justificada pelo facto de serem as grandes empresas que, normalmente, acedem ao mercado de capitais, beneficiando assim da redução do seu custo de capital quando aumentam o nível de divulgação voluntária.

Lang e Lundholm (1993) mencionam o facto de as maiores empresas poderem ter maiores impactos sobre a sociedade, fazendo um uso mais amplo do mercado de capitais e tendo um maior número de analistas a seguir as suas ações. Estes factos fazem com que as mesmas se disponham a fornecer um maior volume de informação ao mercado. Grandes empresas tendem a fornecer informações de alta qualidade, refere Hassan (2004). Os resultados do seu

estudo apontam precisamente evidências de que existe uma associação entre as empresas de maior dimensão e a qualidade de divulgação.

Branco e Rodrigues (2008) mencionam que empresas de maior dimensão despertam maior interesse, logo estão mais suscetíveis de serem investigadas por partes interessadas, estando assim mais expostas a grupos externos e mais vulneráveis a reações adversas da parte destes.

A dimensão da empresa pode ser medida através do número de empregados, do volume de negócios ou pelo ativo total.

A generalidade dos autores optou pelo total de ativos para medir a dimensão da empresa (Archel (2003); Hassan (2004); Monteiro (2007); Lopes e Rodrigues (2007); Branco e Rodrigues (2008). Alguns outros autores como Deegan e Gordon (1996) e Adams *et al.* (1998) adotaram o volume de negócios como variável para medir a dimensão da empresa.

- Rendibilidade

As empresas com uma maior rendibilidade são mais propensas a divulgar maiores quantidades de informação sustentável (Romero *et al.*, 2010), de modo a distinguirem-se das empresas com baixas rendibilidades, atraindo assim potenciais investidores refere Meek *et al.* (1995).

Provavelmente pelo facto de estarem mais expostas a elevados custos políticos, empresas com maior rentabilidade estarão de alguma maneira também mais suscetíveis de fornecer informação de qualidade superior, o que fará assim que quem beneficiará seja o mercado de ações. (Hassan, 2004)

Alguns autores, como McNally *et al.* (1992) (apud Meek *et al.*, 1995) e Lang e Lundholm (1993), não encontraram uma relação que estatisticamente seja significativa entre estas duas variáveis, uma vez que as empresas com menor rendibilidades podem também aumentar o seu nível de informação divulgada de modo assim a explicar o seu menor desempenho.

Apesar de Lang e Lundholm (1993) também serem da opinião de que não existe uma relação significativa entre o nível de divulgação e o nível de desempenho, mencionam que poderá haver exceções, em casos particulares, em comparação com a dimensão da empresa, como já referido anteriormente. No sentido de essas empresas explicarem as razões do seu menor desempenho e assegurarem perante o mercado, as expectativas de crescimento futuro.

Domingos (2010) conclui, que a rendibilidade não contribui de um modo significativo para a divulgação voluntária de informação, para o autor a rendibilidade é um fator que têm pouca influência perante o grau de divulgação voluntária de informação. Sendo que mesma opinião é partilhada por parte de Monteiro (2006), que não encontrou uma relação entre a rendibilidade e o nível de divulgação voluntária, tal como Moneva e Llena (1996) que concluíram não existir empiricamente uma relação direta entre a rendibilidade de uma empresa e o nível de divulgação voluntária desta, o que pode levar a pressupor que existe uma falta de interesse por parte da gerência na divulgação voluntária independentemente da situação económico-financeira da empresa.

No estudo realizado por Moneva, Llena e Lameda (2005) sobre a relação da rendibilidade com o conteúdo da informação divulgada, é encontrada para uma tendência positiva entre os indicadores de rendibilidade e uma relação inversa com a qualidade da informação divulgada. Isto pode mostrar que as empresas incluem na sua gestão novas abordagens para acabar com esta tendência negativa, esperando assim que a informação divulgada represente um sinal para os mercados.

Archel (2003) e Branco e Rodrigues (2008) realçam também que a rentabilidade não aparece como um fator significativo da divulgação voluntária.

- Setor de atividade

O ambiente externo em que cada empresa se insere influencia as suas políticas e as suas decisões e, conseqüentemente, a sua competitividade. Esse ambiente “e as pressões que ele exerce, variam em função do sector de atividade, nomeadamente, a influência exercida sobre a política de divulgação”. (Domingos, 2010)

Alguns autores detetaram a existência de diferenças significativas, quer na quantidade quer na qualidade da informação divulgada, em função do sector de atividade (Deegan e Gordon (1996); Adams *et al.* (1998); Archel (2003); Branco e Rodrigues (2008)).

Para Rodrigues *et al.* (2010), o setor de atividade tem sido visto como uma das variáveis utilizadas com maior ininterruptão para explicar a quantidade de informação divulgada pelas empresas.

Ferreira (2008) é da opinião que empresas de determinados sectores, que enfrentem circunstâncias específicas, podem influenciar as suas práticas de divulgação, assim como Meek *et al.* (1995) que mencionam que os custos de desvantagens competitivas e políticas variam em função da indústria. Concluimos assim que o setor em que cada empresa está inserido poderá influenciar a decisão de divulgação de informação.

Segundo uma pesquisa da KPMG (2013), os sectores de atividade expostos a riscos ambientais elevados na sua cadeia de fornecimento são dos que menos reportam sobre este assunto. Entre estes sectores, a indústria química e a indústria petrolífera são as que menos abordam o tema nos seus relatórios de responsabilidade empresarial.

- Controlo acionista

Gray *et al.* (1995) referem que alguns estudos tendem a indicar que a nacionalidade do detentor da empresa bem como o país onde a empresa elabora e divulga a informação condicionam o conteúdo e a extensão da informação ambiental divulgada, podendo tal dever-se à existência de normativos legais mais avançados em matéria ambiental e/ou de uma cultura ou tradição ambiental mais enraizada na sociedade.

Monteiro (2007) argumenta que ao existir uma participação significativa de capital estrangeiro nas organizações, esta participação pode levar ao condicionamento do nível de divulgação de informação ambiental, concluindo que, apesar de as empresas analisadas terem um controlo de capital social maioritariamente estrangeiro, as diferenças observadas não são estatisticamente significativas face ao Índice de Divulgação Ambiental. Já pelo contrário Archel e Lizarraga (2001) concluíram no seu estudo que a participação de capital estrangeiro na empresa tem uma certa influência na divulgação, na medida em que estas são influenciadas pela cultura ambiental dos países que participam.

- Capitalização Bolsista

Empresas que se encontram cotadas em bolsa normalmente estão sujeitas a exigências de divulgação mais extensas no que diz respeito a vários aspetos da sua atividade, incluindo os relacionados com questões sociais e ambientais, uma vez que é vasto e diversificado o leque de *stakeholders* interessados na informação prestada por este tipo de empresas tendo desta

forma, uma maior probabilidade de divulgar informação. (Ahmad et al. (2003; Branco (2006)).

No seu estudo Meek e Gray (1989), concluíram que as empresas com cotação na Bolsa iam muito mais além das obrigações legais de divulgação. O fato de serem empresas cotadas gera a necessidade de fornecer uma maior quantidade de informação do que a requerida pelas entidades reguladoras e a de natureza voluntária, no sentido de atrair os potenciais investidores e reduzir o custo das transações (diminuindo o prêmio de risco imposto pelos investidores).

As empresas cotadas encontram-se cada vez mais dependentes de um conjunto de normas e procedimentos exigidos pelas Comissões de Mercados de Valores Mobiliários dos destinados países, no que respeita à divulgação e qualidade da informação (incluindo a de carácter ambiental) a prestar aos seus *stakeholders*, pelo que alguns investidores (Archel Domench, 2003; Hackston e Milne, 1996) começaram a ter em consideração, nos seus estudos empíricos, a cotação em bolsa como um dos fatores explicativos da divulgação ambiental.

Moneva e Llena (2000) dizem que apesar do elevado número de interessados nas empresas cotadas no mercado de ações, esse facto não parece ser relevante, não influenciando mesmo o nível de divulgação de informação ambiental voluntária.

Já Archel (2003) chega a uma conclusão contrária, o autor refere que um maior impacto e interesse do público no geral, por empresas cotadas, poderá influenciar o nível de divulgação de informação voluntária por parte das mesmas. Como conclusões finais do seu estudo refere que a cotação das empresas é um fator que realmente condiciona o nível de divulgação de informação social e ambiental.

Monteiro (2007) encontra resultados que mostram que o nível de divulgação ambiental é superior em empresas cotadas, tal como Meek *et al.* (1995) que mencionam a cotação das empresas como sendo uma das variáveis mais importantes que explicam as divulgações voluntárias.

- Certificação ambiental

Segundo Archel e Lizarraga (2001), o número de empresas que nos últimos anos obtiveram o certificado de gestão ambiental (ISO 14001) tem aumentado bastante, os autores do estudo referem a adoção de sistemas de gestão como um fator explicativo da evolução positiva do índice de divulgação ambiental. O interesse em divulgar os melhores rendimentos, alcançados pela adoção desses certificados, é salientado na divulgação dessa informação nos relatórios das empresas.

Monteiro (2006) diz que o desenvolvimento de um sistema de gestão ambiental, e sua certificação, pode influenciar o grau de desenvolvimento do sistema de informação contabilístico, de modo a permitir proporcionar informação relevante para apoiar a gestão interna das questões ambientais.

3.4.3. Objetivos dos relatórios e motivações para a publicação de relatórios

Os relatórios incluem todas as práticas realizadas para se comunicar e medir o impacto das ações praticadas pelas organizações e assim obter *feedback* das partes interessadas e, conseqüentemente, melhorar as práticas.

O relatório anual é o maior canal de comunicação entre as empresas e os *stakeholders* e inclui informação sobre os aspetos ambientais das operações concretizadas pelas empresas (Gibson e O'Donovan, 2007).

Boeso (2002), diz que o principal objetivo da partilha de informação privada é o de ajudar os investidores a ter uma melhor compreensão das estratégias da empresa, do ambiente competitivo e dos fatores críticos de sucesso.

Firth (1979) têm como opinião que os relatórios anuais são o maior meio de partilha de informação para os utilizadores externos.

As empresas estão gradualmente a modificar o seu modo de atuação. Ao adquirirem uma consciência ambiental e social estão progressivamente a modificar a sua atuação reconhecendo as vantagens de passar do simples cumprimento da legislação para uma abordagem integrada assente na sustentabilidade, prestando assim atenção aos diversos *stakeholders* e não somente aos investidores.

A implementação de um processo de elaboração de relatórios de sustentabilidade da GRI e a publicação de um relatório de sustentabilidade da GRI ainda não é uma prática tão comum em todas as regiões e setores como são os relatórios financeiros. Por isso, as organizações que decidem fazê-lo podem ser identificadas como “líderes” (GRI,2012).

De acordo com o WBCSD (*World Business Council for Sustainable Development*) (2002), existem vários benefícios internos e externos, mas só o facto de elaborar um relatório é em si benéfico para as empresas, já que só por si se trata de uma tarefa que requer uma abordagem metódica do desenvolvimento sustentável, tornando-o assim numa parte integrante do processo de aprendizagem dentro da organização. Para este organismo a comunicação da sustentabilidade empresarial traz benefícios sendo eles: a transparência, a reputação, a criação de valor financeiro, a atracção de capital e condições de financiamento mais favoráveis, a consciencialização, motivação e captação de talentos, o manter a licença para operar, a melhoria dos sistemas de gestão, o incremento do diálogo interno, a consciencialização do risco, a inovação e a melhoria contínua.

Segundo a GRI (2012), as empresas descobriram que os relatórios de sustentabilidade geralmente ajudam a alcançar melhores relações com os *stakeholders* e aumentam a confiança, o que por sua vez leva a outros benefícios como: Aumento do valor da marca e da fidelidade do cliente; Aumento na participação de mercado; Maior acesso ao capital a um custo mais baixo; Ampliação da licença social de operação; e Agilização nas aprovações regulatórias. Isto leva a que as empresas se predisponham à divulgação de informação, ou seja que o façam de uma forma voluntária.

O estudo da KPMG (2011 e 2006) reforça os benefícios que as empresas obtêm com a publicação de um relatório de sustentabilidade: melhoria do desempenho operacional e de gestão; ganhar a confiança dos investidores e instituições financeiras, melhorar a reputação, cumprir com exigências externas e/ou internas, entre outras.

4. Referenciais para a elaboração dos relatórios de Sustentabilidade

Como já referido nos capítulos anteriores, a temática sobre o desenvolvimento sustentável, está cada vez mais presente no dia-a-dia das empresas. Cada empresa, de acordo com a sua

missão e com os seus objetivos, pode estabelecer uma visão sobre a sua sustentabilidade, procurando desenvolver práticas de forma a criar uma vantagem competitiva.

Segundo a *Global Reporting Initiative* (2006), “um dos principais desafios do desenvolvimento sustentável implica escolhas e formas de pensar que sejam novas e inovadoras”. O avanço no conhecimento pode contribuir para o crescimento económico, mas por outro lado pode resolver as ameaças que existem à sustentabilidade quer de pessoas, quer do ambiente quer das economias. Deste modo, perante este tipo de ameaças, o facto de as empresas começarem a divulgar qual o seu impacto na sustentabilidade começará a ser um ponto fulcral no relacionamento com os seus *stakeholders*.

Apresentados como um documento independente, ou como um capítulo do Relatório e Contas, os relatórios de sustentabilidade despontam como um meio de divulgação, junto dos *stakeholders*, do desempenho das empresas nas vertentes social, ambiental e económica (KPMG, 2006). Este deve prestar a informação de modo equilibrado e prudente, independentemente desta ser positiva ou negativa para a empresa. A informação contida nos relatórios deve fazer referência aos princípios corporativos e os valores da empresa, transferidos de forma transparente, bem como as práticas de gestão assumidas pela empresa, passando também pelo seu desempenho. (Gomes e Eugénio, 2012)

Existem várias definições para “relatório de sustentabilidade”, esta expressão é muito abrangente. O documento que é divulgado periodicamente pelas empresas, para além de relatório de sustentabilidade pode ser por relatório de responsabilidade corporativa, relatórios de responsabilidade social, relatório de criação de valor partilhado ou ainda de cidadania empresarial.

Este tipo de relatório pode ser apresentado de forma independente ou de forma integrada nos relatórios de contas de cada empresa. Segundo Dias (2009) “a comunicação do desenvolvimento sustentável permanece um exercício voluntário. Contudo, novos requisitos, que exigem a comunicação de aspetos ligados ao desenvolvimento sustentável, estão a ser introduzidos na contabilidade corporativa e nas leis de divulgação de informação”.

De acordo com a diretriz 3.1 da GRI (2011) a materialidade, a inclusão dos *stakeholders*, o contexto de sustentabilidade e a plenitude são alguns dos princípios relatados por esta para a definição do conteúdo dos relatórios. O conteúdo exposto nos relatórios deve ser

materialmente relevante, no sentido em que deve refletir os impactos significativos económicos, sociais e ambientais da organização. Deve existir a inclusão dos *stakeholders*, sendo esta mesma inclusão importante no contexto em que a informação divulgada no relatório deve ser capaz de responder às expectativas e interesses dos mesmos, demonstrando também o seu desempenho no contexto mais amplo da sustentabilidade. Para que os relatórios sejam completos, deverão responder a todos estes princípios.

Para assegurar a qualidade do relatório, a GRI (2011) enumera alguns princípios. Devem ser enumerados e refletidos tanto os aspetos negativos, como positivos do desempenho da organização, permitindo uma avaliação mais real do seu desempenho no geral. A informação nos relatórios deve ser exata e explícita, e deve ser divulgada de maneira a permitir às partes interessadas analisar as mudanças no desempenho da organização ao longo do tempo, permitindo compará-las com outras organizações. Os relatórios devem também ser apresentados oportunamente de forma a divulgar às partes interessadas em tempo útil, informações úteis para a tomada de decisões. A informação divulgada nos relatórios deve ser clara e transparente, para que seja compreendida pelos *stakeholders*. A informação contida no relatório deve também ser fiável, na medida em que a mesma possa estar sujeita a análises e estabeleça a qualidade satisfatória e materialidade da informação.

4.1. Ethos

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização sem fins lucrativos, desenvolvida com o objetivo de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir os seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa.

Gasparino e Ribeiro (2007) referem que esta iniciativa tenta incorporar esse comportamento empresarial socialmente responsável aos objetivos do negócio, através da promoção de diversas publicações direcionadas à consciencialização dos empresários/gerentes.

O Instituto Ethos propõe que o balanço social seja uma ferramenta bastante simples e direta, mas que abranja questões importantes no que diz respeito à Responsabilidade Social e ao Desenvolvimento Sustentável.

Com o objetivo final de que as informações prestadas nos balanços sociais pudessem ser credíveis e ao mesmo tempo consistentes quando comparadas com as prestadas pelos balanços financeiros, foi desenvolvido um guia para a elaboração do mesmo. Este guia pode ser utilizado como uma ferramenta de gestão, orientando a forma de apresentação dos relatórios, sendo pretendido a criação de indicadores de responsabilidade social, que sejam comparáveis entre várias empresas, de diversos setores. (Gasparino e Ribeiro, 2007)

Para o Instituto Ethos os indicadores de desempenho ambiental, devem servir para avaliar os possíveis impactos das atividades das empresas sobre a água, o ar, o solo, a biodiversidade ou a saúde (Ethos, 2007).

O Ethos não exclui a manutenção do balanço social com outros modelos, pelo contrário têm promovido a integração deles com o GRI, o que veremos mais adiante.

4.2. International Organization for Standardization (ISO)

A *International Organization of Standardization* (ISO) é uma organização internacional que se dedica à elaboração de normas. Desde a sua fundação, em 1997, esta organização já emitiu diversas normas abrangendo aspetos tão diversos como as questões ambientais, as tecnologias, os negócios, os cuidados de saúde, a agricultura ou a segurança alimentar.

4.2.1. ISO14001

A família ISO 14000 aborda vários aspetos da gestão ambiental, tornando-se numa das normas com maior frequência de utilização. Fornecendo ferramentas práticas para as empresas e organizações que procuram identificar e controlar o seu impacto ambiental e melhorar constantemente o seu desempenho.

Assim, surge a ISO 14001, que estabelece os critérios para um melhor sistema de gestão ambiental. Sem fazer exigências, traça um quadro que uma empresa ou organização pode seguir para criar um sistema de gestão ambiental eficaz. Esta norma pode ser usada por qualquer organização, independentemente da sua atividade ou sector. Assim, a utilização da ISO 14001 poderá ser uma vantagem a nível competitivo, uma vez que demonstra às partes interessadas externas à empresa, que esta se preocupa em controlar e melhorar o impacto ambiental provocado.

A utilização da ISO 14001 pode trazer benefícios à empresa, como a redução do custo de gestão de resíduos, economia no consumo de energia e materiais, custos de distribuição mais baixos e melhoria da imagem corporativa entre os reguladores, clientes e do público (ISO, 2012).

4.2.2. ISO26000

A ISO 26000⁴ é uma norma publicada em 2010, sendo um guia para a responsabilidade social. Tem como principal objetivo ajudar as empresas a implementá-la como única forma de alcançar os benefícios operando de uma forma socialmente responsável, isto é, agir de forma ética e transparente e que contribui para a saúde e bem-estar da sociedade onde esta se insere. (ISO, 2013)

Esta norma define quais os benefícios que podem ser alcançados com sua implementação. A percepção e a realidade do desempenho organizacional na responsabilidade social podem influenciar nas seguintes áreas:

- A vantagem competitiva;
- A reputação;
- A capacidade de atrair e preservar os trabalhadores, clientes ou membros;
- Manutenção do moral, do compromisso e produtividade dos funcionários;
- A visão dos investidores, proprietários e comunidade; e
- Relacionamento com as empresas e com todos os *stakeholders*.

4.3. Global Reporting Initiative

Como já referido anteriormente a *Global Reporting Initiative (GRI)*, é uma organização que tem desenvolvido um trabalho contínuo promovendo o relato sustentável, a nível mundial. Empenhada em satisfazer as necessidades das organizações, fornecendo um conjunto de conceitos que possam “comunicar de forma clara e transparente as questões relativas à

4 Foi publicada a norma portuguesa NP ISO26000, em Novembro de 2011.

sustentabilidade”, aumentando a sua credibilidade e consequentemente a utilidade da mesma. (GRI, 2006)

O modelo da GRI é criado com uma visão a longo prazo, tendo por missão promover uma estrutura de conceitos partilhados globalmente, e assim difundindo as diretrizes para a elaboração de relatórios de sustentabilidade, que possam abranger qualquer tipo de empresa, independentemente do seu setor, dimensão ou localização. (GRI, 2011)

Tratando-se de um sistema de avaliação da divulgação voluntária de informação estruturada (Morhardt *et al.*, 2002), a GRI tem vindo a ser adotada por muitas organizações ao nível mundial, sendo o nível de adesão a esta estrutura crescente desde a sua criação.

De acordo com o estudo da KPMG (2006) sobre a Publicação de Relatórios de Sustentabilidade em Portugal (já referido anteriormente), as Diretrizes da GRI são o *standard* utilizado como referência por cerca de 67% das empresas, sendo para as mesmas o guia a seguir para seleccionar os conteúdos de um relatório de sustentabilidade.

As linhas orientadoras promovidas pela GRI constituem um importante ponto de partida para a elaboração de relatórios de sustentabilidade, uma vez que abordam os três pilares da sustentabilidade, economia, ambiente e sociedade, visando deste modo incrementar a utilidade da informação divulgada, dotando essa mesma informação de comparabilidade, fiabilidade e relevância.

4.3.1. A evolução da estrutura da GRI e os indicadores de desempenho

A origem da GRI deveu-se à cooperação entre a organização não-governamental americana *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (CERES) e o *United Nations Environment Programme* (UNEP) no ano de 1997. O objetivo era promover a qualidade e o rigor dos relatórios de sustentabilidade, bem como aumentar a sua utilidade. Em Abril de 2002, tornou-se uma estrutura independente colaboradora oficial da UNEP e do *Global Compact* das Nações Unidas. Desde então, um comité executivo de membros, representando um vasto e abrangente conjunto de grupos interessados, tem guiado a GRI na conceção de um marco global no desenvolvimento de diretrizes para elaboração de Relatórios de Sustentabilidade.

O primeiro esboço de Diretrizes para Elaboração de Relatórios de Sustentabilidade (G1) foi apresentado pela GRI em 1999, sendo efetivamente lançado em 2000 e revisto em 2002. O empenho em aperfeiçoar a transparência do relato permitiu lançar em 2002, um segundo quadro, mais completo, de linhas orientadoras (G2).

Como já referido os *stackholders*, estão cada vez mais exigentes em matéria de transparência e abrangência, relativamente ao desempenho das organizações, o que têm levado a que o número de organizações relatoras que seguem as *guidelines* promovidas pela GRI tenha aumentado ao longo dos anos.

Em 2006 foi disponibilizada pelo GRI a terceira geração (G3) de linhas orientadoras para o relato, que contem um vasto número de indicadores de natureza económica, ambiental e social, bem como orientações para a inclusão de conteúdos, quer em termos de relevância, quer em termos de extensão do relato.

Em Março de 2011, a GRI disponibilizou mais uma atualização em matéria de relato sustentável, a G3.1. Esta versão acaba por ser uma conclusão da anterior G3, fornecendo orientações sobre como as organizações podem revelar o seu desempenho de sustentabilidade, expandindo o relato e englobando aspetos relacionados com os Direitos Humanos, os Impactos na Comunidade Local e Género. Será esta versão a utilizada no nosso estudo, uma vez que, eram as *guidelines* utilizadas no período de enquadramento da nossa pesquisa.

O compromisso da GRI no desenvolvimento contínuo do relato sustentável é contínua, pelo que, em 2013 foi lançado o *release* da G4, uma quarta geração de linhas orientadoras para o relato, que pretendem conferir ao mesmo um maior nível de concentração de informação e relevância da mesma. Este desenvolvimento resulta da consultoria de diferentes partes interessadas no relato sustentável, a nível internacional, e tem por objetivo elevar o valor dos relatórios para os seus utilizadores.

Seguidamente, apresenta-se a evolução da estrutura dos indicadores de desempenho empresarial e dos respetivos aspetos desde 2000 até à atualidade.

Figura 3: Evolução dos aspetos e indicadores de desempenho empresarial

Versão da GRI	Ano edição	N.º total de Indicadores	Desempenho Económico		Desempenho Ambiental		Desempenho Social	
			Aspetos	Indicadores	Aspetos	Indicadores	Aspetos	Indicadores
G1	2000	96	9	23	9	36	13	37
G2	2002	97	5	13	7	35	16	49
G3	2006	79	3	9	9	30	22	40
G3.1	2010	84	3	9	9	30 ⁵	25	42
G4	2013	91	3	9	12	34	30	48

Fonte: Adaptado de Domingos (2010)

Existe uma redução tanto nos aspetos como nos indicadores acerca do desempenho económico, facto esse que se pode explicar devido ao tipo de informação abordada nesta categoria, uma vez que se trata de informação que é exigida por outras publicações cujo carácter é obrigatório, nomeadamente no Relatório e Contas. Para Domingos *et al.* (2010) esta tendência deve-se ao facto da informação respeitante ao desempenho económico estar acessível, por outras vias de comunicação, aos *stakeholders* com maior interesse sobre estes aspetos, Domingos *et al.* (2010) refere ainda que esta convicção foi igualmente defendida por Moneva *et al.* (2005).

No que diz respeito ao desempenho ambiental, verifica-se que não há uma tendência definida, entre a primeira e segunda versão. Houve um decréscimo dos aspetos evidenciados, assim como dos indicadores, contudo a versão 3.0 traduziu-se num incremento tanto dos aspetos abordados, como do número de indicadores, mantendo-se na alteração da versão G3 para a versão G3.1. Na versão G4 houve uma alteração significativa, aumentando tanto o número de aspetos como de indicadores.

5 Os indicadores ambientais da versão GRI G3.1 são os mesmos da versão G3, que são o que utilizamos no nosso estudo.

No desempenho social a tendência que se verifica é de aumento da divulgação de indicadores, assim como dos aspetos abordados. No que respeita aos indicadores divulgados, entre a versão 1.0 a versão 2.0, houve um decréscimo de 13 indicadores, contudo na terceira versão apresentada eles passaram para 42 e aquando da sua revisão foram acrescidos mais 3 indicadores, na última versão apresentada pela GRI, foram apresentados mais 8 aspetos e 5 indicadores.

4.3.2. As diretrizes e os princípios da GRI

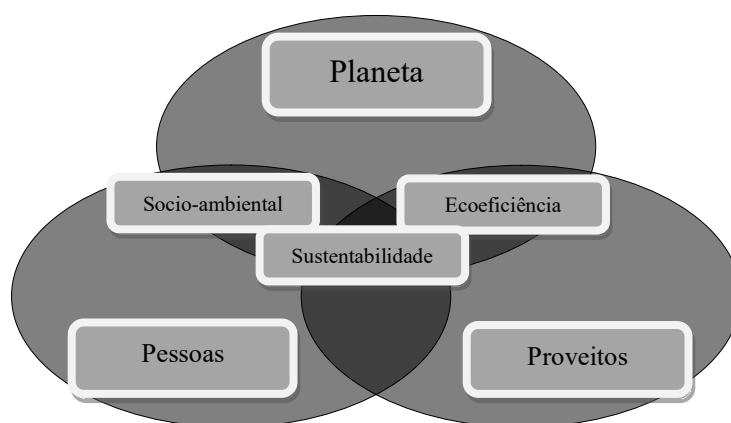
Desde a primeira versão de diretrizes da GRI que foi estabelecida uma hierarquia de elementos de informação para cada uma das dimensões de responsabilidade, contemplando três níveis: categorias, aspetos e indicadores. As categorias dizem respeito às áreas ou agrupamentos de temas relacionados com as questões económicas, sociais ou ambientais. No que diz respeito aos aspetos, estes respeitam aos elementos relacionados com cada categoria específica e, por fim, os indicadores traduzem o valor específico de um aspecto em concreto. Os indicadores podem traduzir-se em valores específicos de um aspecto concreto que possam ser utilizados para acompanhar e demonstrar o desempenho. Os indicadores podem ser quantitativos ou qualitativos. Os indicadores quantitativos oferecem mais vantagens, mas podem revelar-se pouco fiáveis, incompletos ou ambíguos para medir o desempenho em determinados aspetos. Já os indicadores qualitativos devem conter uma resposta descritiva para serem complementares e essenciais ao apresentar o quadro completo de uma organização nos desempenhos económicos, ambientais e sociais (GRI, 2002).

Ainda é de salientar que existem dois tipos de indicadores de desempenho, os essenciais e os complementares. Os indicadores essenciais são aqueles que se consideram como os mais relevantes para a maioria das organizações. No que respeita aos indicadores complementares, respeitam a práticas ou a questões que, logo à partida, apenas serão relevantes para algumas organizações. Estes indicadores, são de algum modo considerados essenciais para determinado sector, resultam de necessidades específicas, como é o caso do sector petrolífero, e servem como um complemento aos indicadores gerais. No entanto no nosso estudo esses indicadores específicos não serão abordados, uma vez que não são aplicados por muitas empresas.

Segundo Domingos (2010), “as diretrizes GRI para a elaboração dos relatórios de sustentabilidade ao abordarem os três elementos inter-relacionados da sustentabilidade constituem um ponto de partida facilmente compreensível que alcançou um amplo grau de consenso”, as diretrizes não são exclusivas de nenhuma indústria ou sector podendo ser aplicadas por qualquer tipo de organização.

Como já referido anteriormente, uma empresa socialmente responsável deverá ter uma gestão baseada também nos três P’s ou *Triple Bottom Line*, ou seja, uma gestão regulada por objetivos e preocupações relacionados com os Proveitos (*Profits*⁶), Planeta (*Planet*) e com as Pessoas (*People*), conforme representadas na Figura n.º 4:

Figura 4: Dimensões da sustentabilidade empresarial



Fonte: Elaboração própria

6 Habitualmente a expressão “*profit*” no contexto do *Triple Bottom Line*, é traduzida como sendo proveito ao invés de lucro ou rendimento, com intuito de manter o acrónimo “3 P’s”

Analisando a Figura n.º 5, podemos afirmar que Proveitos (*Profit*), trata-se do lucro, sendo o resultado económico positivo ou seja o lucro de uma empresa. Quando se leva em conta o triple *bottom line*, deve também considerar-se os outros dois aspetos, por exemplo, não adianta alcançar um excelente lucro, se para isso tiver de se prejudicar o desempenho social ou ambiental. O Planeta (*Planet*) é definido pelo capital natural de uma empresa. Uma vez que, inicialmente, quase todas as empresas têm um impacto ambiental negativo, esta deve tentar minimizar esse impacto através de práticas ambientais sustentáveis. Aqui, assim como nos outros itens, é importante pensar no pequeno, médio e longo prazo. Por último, as Pessoas (*People*) diz respeito ao capital humano da empresa, ou sociedade pelo que a mesma deve usar práticas que sejam benéficas para a comunidade e para os trabalhadores, e com as quais deve motivar os mesmos, proporcionando-lhes boas condições de trabalho.

Gray (2006) identificou três abordagens possíveis no que diz respeito às práticas de divulgação da informação social e ambiental das empresas, no entanto considera que ainda é necessário encontrar uma forma ideal de divulgar estas informações. O autor sugere:

- O uso de indicadores GRI para avaliar o grau de cumprimento da empresa na gestão para a sustentabilidade. No entanto, o mesmo autor admite que este método não permite tirar conclusões acerca do desempenho social e ambiental da empresa;
- A aplicação do conceito *triple bottom line*, em que se incluem todos os relatórios além daqueles que se baseiam apenas nas GRI, de modo a equilibrar as informações económicas, ambientais e sociais;
- A utilização dos relatórios das empresas numa vertente ecológico e de justiça, onde se transmite a pegada ecológica e a justiça da sua atividade.

Para Basseto (2010) a GRI enumera os princípios essenciais pelos quais uma organização se deve guiar considerando-os como objetivos a atingir, para que na elaboração de relatórios estes sejam equilibrados e abrangentes sobre o desempenho económico, ambiental e social.

A GRI defende que os princípios para a elaboração dos relatórios de sustentabilidade estabelecem um acordo entre a organização que produz o relatório e o utilizador, garantindo que ambas as partes partilham um entendimento comum sobre os fundamentos do relatório, com uma linguagem consistente e uma métrica largamente compreendida. Os princípios pretendem ser uma base duradoura através da qual exista uma evolução da avaliação do

desempenho das organizações com base em novos conhecimentos e em processos de aprendizagem, sendo que a GRI considera que os relatórios baseados nestes princípios serão mais credíveis e transparentes do que os que seguem outros modelos de avaliação (GRI, 2007).

De acordo com a GRI (2011) a materialidade, a inclusão dos *stakeholders*, o contexto de sustentabilidade e a plenitude são alguns dos princípios enumerados por esta para a definição do conteúdo dos relatórios. Já os princípios para a Elaboração de Relatórios de Sustentabilidade são: Relevância, Inclusão dos *stakeholders*, Contexto da sustentabilidade, Abrangência, Equilíbrio, Comparabilidade, Precisão, Periodicidade, Clareza e Confiabilidade. Na figura n.º 6, podemos observar com mais pormenor esses mesmos princípios.

Figura 5: Princípios para elaboração dos relatórios de sustentabilidade

Definir o conteúdo do relatório	
Relevância	Deve abranger as questões e indicadores que reflitam os impactes económicos, ambientais e sociais mais relevantes da organização, capazes de influenciar as decisões das partes interessadas.
Inclusão dos <i>stakeholders</i> :	A organização que produz um relatório deve, de maneira metódica, dialogar com as várias “partes interessadas”, de modo a promover uma melhoria contínua dos relatórios.
Contexto da Sustentabilidade	O relatório deve apresentar o desempenho da organização no contexto mais amplo da sustentabilidade, devendo as informações sobre as diferentes áreas de desempenho ser contextualizadas.
Abrangência	Toda a informação que seja relevante para os utilizadores analisarem o desempenho económico, social e ambiental da organização deverá estar presente no relatório, de um modo sólido com os limites declarados, âmbito e período temporal
Assegurar a qualidade do relatório	
Equilíbrio	Os relatórios devem evitar distorções na seleção e apresentação da informação e devem esforçar-se por transmitir informação equilibrada sobre o desempenho da organização.
Comparabilidade	A organização relatora deve ser consistente em relação aos limites e âmbito dos seus relatórios, informar acerca de potenciais alterações e retificar informações previamente disponibilizadas.
Precisão	Este princípio refere-se à necessidade de se atingir um elevado padrão de exatidão, com uma margem mínima de erro, face à informação divulgada, de modo a que os processos de decisão dos utilizadores sejam realizados com um elevado grau de confiança.
Periodicidade	Os relatórios devem fornecer informações de acordo com um cronograma regular que satisfaça as necessidades dos utilizadores e seja compatível com a natureza das próprias informações.

Clareza	A organização relatora deve ter em mente as diferentes necessidades e os diferentes níveis de conhecimento das partes interessadas e disponibilizar as informações de maneira a atender o maior número possível de utilizadores, garantindo ainda um nível adequado de detalhe.
Confiabilidade	Os relatórios devem fornecer informações de acordo com um cronograma regular que satisfaça as necessidades dos utilizadores e seja compatível com a natureza das próprias informações.

Fonte: Elaboração própria a partir “ Diretrizes para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade, GRI 2000-2007, versão 3.1, versão portuguesa” (GRI, 2007).

Basseto (2007) diz que, a adoção destes princípios pode apresentar algumas vantagens para a organização, como a obtenção de uma visão mais ampla dos desempenhos económico, ambiental e social, mostrando às partes interessadas externas à organização a envolvimento ao longo do tempo com a sustentabilidade e podendo assim também aumentar a comparabilidade entre distintas empresas e a credibilidade da sua imagem.

4.3.3. Perspetiva Ambiental

Segundo a GRI (2011), a dimensão ambiental refere-se aos impactos provocados por uma organização no que respeita aos sistemas naturais vivos e não vivos, incluindo ecossistemas, terra, ar e água. Assim podemos dizer que, a dimensão ambiental da sustentabilidade diz respeito aos impactos ambientais que as empresas produzem e que afetam os ecossistemas, a terra, o ar, a água e a biodiversidade. A utilização empresarial de indicadores ambientais evoluiu bastante nos últimos anos verificando-se de alguma maneira um amplo consenso em torno dos indicadores propostos pela GRI.

O desenvolvimento e crescimento económico associado à globalização e internacionalização fez com que as empresas alterassem o seu comportamento com o meio ambiente, passando a adotar sistemas de controlo e de proteção ambiental. A divulgação de informação ambiental é encarada pelas organizações como forma de lhes dar credibilidade perante os *stakeholders*, de modo a obterem mais capacidade competitiva e para se tornarem mais transparentes. É um facto que a responsabilidade social das empresas passa por contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo (Livro Verde, 2001).

A informação sobre a atuação ambiental pode ser apresentada em valores absolutos ou em medidas normalizadas (como por exemplo o consumo de recursos por unidade de produção). Os indicadores ambientais abrangem o desempenho relacionado a consumos (como material,

energia, água) e a produção (emissões, efluentes, resíduos). Abrangem ainda o desempenho relativo à biodiversidade, à conformidade ambiental, aos gastos com o meio ambiente e os impactos de produtos e serviços. (GRI, 2011)

Porter e Van der Linde (1995) afirmam que a melhoria do desempenho ambiental é uma potencial fonte de vantagens competitivas, questionando no entanto se realmente será necessária existir uma regulação, uma vez que a inovação na utilização dos recursos melhora a produtividade e, se serve de resposta à regulação ambiental, podendo tornar-se rentável.

4.3.4. Indicadores de desempenho

Conforme referido pela GRI (2011) os indicadores de desempenho são «informações qualitativas ou quantitativas sobre as consequências ou resultados associados à organização que sejam comparáveis e demonstrem mudança ao longo do tempo».

Como já referimos anteriormente, podemos distinguir os indicadores em indicadores essenciais ou adicionais, sendo os essenciais aqueles que os que têm uma aplicação universal em todos os negócios, independentemente do sector, localização ou outros atributos. Os indicadores adicionais são os que podem não ser relevantes ou aplicáveis a todas as organizações, uma vez que se prendem com atributos, tais como, o sector de atividade da empresa, a sua localização geográfica ou as preocupações específicas das partes interessadas. (*Ibid*, 2011)

Na versão G3.1 (que será a base do nosso estudo), estão incluídos 81 indicadores diferentes, agrupados em três diferentes dimensões que convencionalmente definem o desenvolvimento sustentável: económico, ambiental e social. Como podemos ver na figura n.º 9, para o desempenho económico, estão elencados nove indicadores, inseridos em três aspetos, para o desempenho ambiental, existem trinta indicadores inseridos em nove aspetos e para o desempenho social existem quarenta e dois indicadores inseridos em vinte e cinco aspetos, que por sua vez estão agrupados pelas práticas laborais, direitos humanos, sociedade e responsabilidade pelo produto.

Figura 6: Indicadores Essenciais e Complementares GRI G3.1

Categoria		Aspeto	Indicadores	
			Essenciais	Adicionais
Económica		Desempenho económico	EC1, EC2, EC3, EC4	N/A
		Presença de Mercado	EC6, EC7	EC5
		Impactos económicos indiretos	EC8	EC9
Ambiental		Materiais	EN1, EN2	N/A
		Energia	EN3, EN4	EN5, EN6, EN7
		Água	EN8	EN9, EN10
		Biodiversidade	EN11, EN12	EN13, EN14, EN15
		Emissões, efluentes e resíduos	EN16, EN17, EN19, EN20, EN21, EN22, EN23	EN18, EN24, EN25
		Produtos e serviços	EN26, EN27	N/A
		Conformidade	EN28	N/A
		Transporte	N/A	EN29
		Geral	N/A	EN30
Social	Práticas trabalhistas	Emprego	LA1, LA2	LA3
		Relação entre os trabalhadores e a governança	LA4, LA5	N/A
		Saúde e segurança no trabalho	LA7, LA8	LA6, LA9
		Treinamento e educação	LA10	LA11, LA12
		Diversidade e igualdade de oportunidades	LA13	N/A
		Igualdade de remuneração para homens e mulheres	LA14	N/A
	Direitos Humanos	Práticas de investimentos e de processo de compras	HR1, HR2	HR3
		Não discriminação	HR4	N/A
		Liberdade de associação e negociação coletiva	HR5	N/A

		Trabalho infantil	HR6	N/A
		Trabalho forçado ou análogo ao escravo	HR7	N/A
		Práticas de segurança	N/A	HR8
		Direitos indígenas	N/A	HR9
		Avaliação	HR10	N/A
	Sociedade	Remediação	HR11	N/A
		Comunidade	SO1	N/A
		Corrupção	SO2, SO3, SO4	N/A
		Políticas públicas	SO5	SO6
		Concorrência desleal	N/A	SO7
		Conformidade	SO8	N/A
	Responsabilidade pelo produto	Saúde e segurança do cliente	PR1	PR2
		Rotulagem de produtos e serviços	PR3	PR4, PR5
		Comunicações de marketing	PR6	PR7
		Privacidade do cliente	N/A	PR8
		Conformidade	PR9	N/A

Fonte: Adaptação GRI G3.1

Com o objetivo da empresa de ir ao encontro das expectativas das partes interessadas, a GRI tem procedido à reestruturação dos seus indicadores. Atualmente já foi publicada pela GRI a quarta geração das Diretrizes (G4) para elaboração dos relatórios de sustentabilidade, só não será aplicada neste estudo pelo facto de não se enquadrar nos anos em análise.

5. Estudos acerca da divulgação ambiental

As divulgações de matérias ambientais e sociais relatadas em estudos empíricos retratam, de um modo geral, a análise de questões relacionadas com o quê, quando e quanto divulgam as empresas sobre matérias ambientais.

Face o exposto, alguns dos estudos empíricos demonstram o interesse em compreender quais as razões que levam a administração de uma entidade a divulgar informações ambientais

para além das exigidas pela lei, ou seja, de carácter voluntário. A razão indicada é o facto de se tratar de uma forma de responder às necessidades de legitimação e à pressão dos média ou como resposta aos requisitos e pressões dos seus *stakeholders*.

É vasta a literatura sobre divulgação de informação de natureza ambiental, na qual se pode constatar o desenvolvimento de várias linhas de investigação, tanto numa perspetiva teórica como empírica, sobre o estudo das práticas da divulgação de informação ambiental e do impacto das questões ambientais ao nível dos sistemas de informação contabilístico das empresas, quer numa ótica interna quer externa.

Adams, Hill e Roberts (1998) tinham no seu estudo, o objetivo de investigar quais os fatores que podem levar uma empresa a publicar no seu relatório e contas questões sociais. Para tal realizaram a análise do relatório anual de cada uma das 25 maiores empresas de cada um dos seis países escolhidos para a amostra, sendo estes a França, Alemanha, Alemanha, Suíça, Suécia e Reino Unido. Os relatórios em análise foram os referentes ao ano de 1992 e os disponíveis até Junho de 1993. Os autores constataram que existem vários fatores que podem influenciar a forma de divulgação da informação social: o tamanho da empresa (quanto maior a dimensão da empresa maior será o nível de divulgação); o sector onde a empresa atua, normalmente, as empresas que utilizam recursos naturais limitados têm tendência a publicar mais informação sobre as questões ambientais; o grau de envolvimento dos sindicatos influencia a divulgação sobre as questões dos trabalhadores. Assim sendo, à medida que a sensibilidade ambiental aumenta, as empresas tendem a divulgar mais informações positivas sobre a RS. E, embora a Teoria da Legitimidade possa ser utilizada para explicar as diferenças relacionadas com a dimensão e o setor de atividade, numa análise inicial concluíram que as razões que explicariam as diferenças entre os países são muito mais complexas.

Moneva e Llena (2000) realizaram um estudo onde analisaram as práticas de divulgação ambiental nos relatórios anuais, em empresas espanholas cotadas no IBEX35, baseando o seu trabalho na teoria dos *stakeholders* e a sua evolução, no período de 1992 a 1994. O resultado obtido no estudo sugere que em Espanha há uma aplicação limitada destas recomendações por parte de empresas a nível voluntário e narrativa, bem como um aumento, ainda que leve, de incorporação, de dados financeiros.

Archel e Lizarraga (2001) estudaram alguns fatores determinantes da divulgação ambiental e sua evolução, utilizaram como variáveis o tamanho, o sector de atividade e posição financeira de 56 empresas cotadas em Espanha, dos sectores da energia, químicas e papel, petróleo, materiais e construção, alimentação, metalúrgico, mineiro e de comunicações. A sua análise foi baseada no conteúdo das contas anuais do período de 1995-1998. O estudo identificou que existe uma forte relação entre a divulgação ambiental e o tamanho da empresa. Além desse fator (tamanho), também existe uma relação com o sector de atividade potencialmente mais poluente, como químico, energia e petróleo. Em menor medida, poderá existir alguma relação com a presença de multinacionais, com capital controlado no estrangeiro, oriundas de países com mais tradição e cultura ambiental.

Deegan *et al.* (2002) desenvolveram um estudo onde analisaram a divulgação social e ambiental de uma única entidade, BHP Lda., uma das maiores empresas da Austrália, este estudo decorreu ao longo de 15 anos entre 1983 e 1997. Pretendiam analisar a evolução da divulgação da informação social e ambiental, tendo em conta também o quadro da teoria da legitimidade. As principais conclusões deste estudo foram: o aumento da divulgação da informação nos últimos anos; os temas mais divulgados nos relatórios anuais são o ambiente e os recursos humanos; o maior aumento da divulgação da informação social foi em 1989 e em 1996; e por último, a legitimidade motiva a divulgação da informação social por parte da empresa. Portanto, o estudo empírico permitiu confirmar as duas hipóteses propostas inicialmente pelos autores.

Archel (2003) com uma amostra de 62 grandes empresas que operam em Espanha, analisou a quantidade de informação social e ambiental divulgada no relatório anual dessas mesmas empresas, para isso foram selecionadas as que têm maior impacto no meio ambiente, excluindo assim o setor bancário e financeiro. O período em estudo foi entre 1994 e 1998. Os seus resultados mostram que apesar de ter havido um crescimento lento, este parece ser contínuo, em particular no desempenho ambiental, sendo as empresas pertencentes aos setores da energia e do petróleo as que mais divulgam.

Moneva, *et al.* (2005), realizaram um estudo com o objetivo de avaliar a qualidade dos relatórios de sustentabilidade publicados pelas empresas espanholas nos anos de 2002 a 2004. Os autores tinham por finalidade determinar se esta expansão é acompanhada por um processo real de implementação e gestão de sistemas de política orientada para o

desenvolvimento sustentável. A análise foi realizada com base nas diretrizes estabelecidas pelo GRI e os determinantes incorporados que podem explicar diferenças na qualidade dos relatórios. Obtiveram como conclusões uma tendência positiva entre os indicadores de rendibilidade e uma relação inversa com a qualidade da informação divulgada. Isto pode indicar que as empresas integram na sua gestão novos enfoques para acabar com esta tendência negativa, esperando que a informação divulgada seja um sinal para os mercados. No estudo é referido que houve um crescimento dos indicadores dos desempenhos ambiental e social e um decréscimo dos indicadores do desempenho económico. Este decréscimo explica-se pelo facto das partes interessadas estarem mais empenhadas neste desempenho e disporem de informação financeira para satisfazer as suas necessidades. Relativamente ao desempenho ambiental, o autor destaca o elevado aumento da divulgação sobre emissões dos gases de efeito estufa, evolução esta que se deve à implementação do protocolo de Quioto.

Alciatore e Dee (2006) fizeram uma análise do grau de cumprimento dos requisitos legais da SEC (*Securities and Exchange Commission*) nas contas anuais de 34 empresas cotadas nos Estados Unidos, no sector de produção e exploração de petróleo e gás, retiradas de *Oil and Gas Journal's Energy Database* desde o ano de 1989 a 1998. O objetivo do estudo passou pelo exame da divulgação ambiental em relação aos passivos, passivos contingentes, custos de desmantelamentos, dispêndios imputados a resultados e capitalizados. No referido estudo foram testadas como variáveis explicativas da divulgação ambiental: o tamanho, a rentabilidade do capital próprio, o endividamento a longo prazo, o nº total de poços por total ativos e as empresas fornecedoras de serviços básicos. Ao comparar os níveis de divulgação ambiental nas contas de 1998 com as de 1989, verificou uma melhoria significativa no grau de divulgação ambiental, em resposta ao aumento da pressão de regulação durante a década de 1990, mesmo assim e apesar do aumento dos níveis de divulgação ambiental 1989-1998, as análises descritivas do estudo sugerem que, algumas empresas da amostra, podem estar a omitir alguns passivos ambientais. Os autores do estudo concluíram haver uma relação positiva entre o grau de divulgação e tamanho e a alavancagem financeira (endividamento longo prazo). As restantes variáveis mostraram-se insignificantes.

Em 2007, Llena *et al.* realizou uma análise das práticas da divulgação ambiental de empresas a operar em Espanha. Foram avaliados como fatores determinantes da informação ambiental nas empresas analisadas: cotação em bolsa, pertencer a sector regulado, ser controlado do

capital estrangeiro e sector mais sensível ao ambiente. O estudo analisou o conteúdo das contas anuais de 51 grandes empresas a operar em Espanha pertencentes a sectores ambientalmente sensíveis, dos períodos 1992 a 1994 e 2001 a 2002. No ano da entrada do normativo, em 2002, houve uma alta percentagem de divulgação nas notas do anexo, embora o nível de divulgação tenha sido dispar, tanto em quantidade como em qualidade. Ocorreu também um aumento, embora não tão significativo, da divulgação voluntária, essencialmente ao nível dos relatórios ambientais e de sustentabilidade. Os resultados obtidos evidenciam uma relação positiva entre o nível de divulgação ambiental e a origem ou controlo estrangeiro do capital e as empresas pertencentes a sectores mais sensíveis. Não se confirmaram as relações entre divulgação e o facto de serem cotadas e pertencentes a sectores regulados.

A realidade portuguesa foi estudada por Domingos *et al.* (2010), onde foi analisada a evolução do grau de divulgação, segundo a estrutura da GRI, de empresas do Euronext de Lisboa, nos anos de 2006 e 2007. Estes concluíram que se verificava uma influência significativa na relação com o fator dimensão e uma influência pouco significativa com o fator rendibilidade. As maiores correlações de divulgação voluntária de informação verificaram-se ao nível do desempenho ambiental e social.

As grandes empresas do setor de metalomecânica e metalurgia em Portugal, foram a base do trabalho de Barros e Monteiro (2012) que analisou as práticas de divulgação ambiental nas contas anuais em 2008. Como fator de análise foram utilizados os requisitos exigidos pela DC 29 - Matérias Ambientais, como também identificou os fatores explicativos da decisão de divulgar informação ambiental. Os resultados alcançados pelos autores mostram que 23,1% das empresas fornecem informação de carácter ambiental em anexo, em particular informação de carácter positivo e narrativo. Ainda que seja reduzido o número de entidades que divulgam informação ambiental, centrando-se apenas nas nove empresas que divulgam, verificaram que as empresas com certificação ambiental são as que apresentam uma maior propensão para divulgar, apresentando um razoável nível de cumprimento dos requisitos do normativo contabilístico em vigor.

Choi (1999) fez uma análise a 64 empresas cotadas na bolsa de valores da Coreia pertencentes a 14 tipos de indústrias com divulgação ambiental, em que analisou o conteúdo das contas semianuais auditadas do período de 1997, com a finalidade de avaliar o padrão

de divulgação. Fez uma combinação e correspondência com outras 64 empresas pertencentes ao mesmo setor mas que não divulgam informação ambiental, obtendo assim uma amostra final de 128 empresas industriais cotadas. O objetivo do autor passava por examinar as divulgações ambientais na ótica qualitativa e quantitativa, testando a eventual relação entre a propensão da divulgação e algumas características empresariais. Como fatores determinantes foram analisados o desempenho financeiro, o tamanho, a influência dos *stakeholders*, entre outros fatores. As conclusões retiradas do estudo são a existência de uma relação positiva entre a qualidade e quantidade da divulgação ambiental e as variáveis tamanho e sector de atividade (as indústrias com maior visibilidade divulgam mais e melhor). Todavia, a dimensão das empresas de auditoria está associada negativamente, contrariando a teoria dos *stakeholders*.

A realidade Australiana foi abordada no trabalho de Frost (2007), que realizou uma análise de conteúdo das contas anuais, dos períodos 1997-1998 e 1999-2000 a 71 empresas cotadas na bolsa australiana pertencentes a sectores potencialmente mais poluidores, como o sector de extração e dos recursos naturais, sector de fornecedores de serviços básicos, sector de infraestruturas e sector da pasta de papel. O seu trabalho realizou uma análise da extensão e natureza das práticas de divulgação ambiental, de dois períodos antes e após a introdução do normativo legal (vigente a partir de 1998), a sua evolução e o seu impacto nas contas anuais. As principais conclusões que obteve foram que: a introdução do normativo resultou num aumento significativo do nível da divulgação ambiental, especialmente das provisões de carácter ambiental; constatou-se uma maior divulgação de carácter obrigatório e um declínio da divulgação voluntária; algumas empresas passaram a fazer divulgações ambientais pela primeira vez e verificou-se um aumento do nível de informações sobre a natureza das violações das regulamentações ambientais; o estudo sugere ainda que as contas anuais ficaram mais transparentes e com informação mais fiável para os utilizadores interessados sobre as questões ambientais.

Como se pode verificar através dos estudos mencionados, existe uma vasta e variada evidência empírica acerca da divulgação de informação de natureza ambiental, não existindo no entanto conclusões totalmente consensuais à cerca do tema.

PARTE II – Desenho da Investigação

Na segunda parte deste trabalho, pretende-se melhor apresentar e justificar o objetivo do estudo quer a abordagem estatística e metodológica utilizada para a sua elaboração, tendo em conta a revisão da Literatura efetuada no capítulo anterior. Desta forma, iremos apresentar as hipóteses de pesquisa a população e amostra, as variáveis, assim como os métodos e técnicas estatísticas utilizadas para o tratamento dos dados. Desta forma, iremos apresentar as hipóteses de pesquisa a população e amostra, as variáveis, assim como os métodos e técnicas estatísticas utilizadas para o tratamento dos dados.

6. Metodologia

6.1. Objetivo

A presente investigação tem como objetivo, contribuir para a explicação das motivações que estão por detrás das práticas de divulgação das empresas petrolíferas, em particular procurará analisar qual a evolução da divulgação voluntária de informação pela estrutura da GRI. Para tal, procedeu-se à análise dos relatórios e contas e relatórios de sustentabilidade, quando disponibilizados pelas mesmas, de forma a determinar a pontuação a atribuir a cada um dos aspetos ambiental. O objetivo do nosso estudo será então contribuir para a explicação das motivações que estão por detrás das práticas de divulgação das empresas petrolíferas em matérias ambientais.

Com base no exposto, foi desenvolvido este estudo, do qual se recolheram dados que, depois de tratados estatisticamente, serão apresentados e analisados no capítulo seguinte.

6.2. Justificação

Atualmente comunicar os aspetos relativos às práticas de ambientais é ainda um processo essencialmente voluntário, contudo tem-se verificado um aumento do número de empresas que publicam o seu relato sobre os aspetos sociais e ambientais, esta é uma tendência que se tem vindo a acentuar em especial nos últimos anos (Gray *et al.*, 2001; Moneva e Llena, 2000 e Archel, 2003).

Assim sendo e verificando-se que o interesse em matérias ambientais por parte da sociedade tem tido um aumento crescente ao longo dos anos, também as empresas têm interesse em

mostrar que a responsabilidade social e ambiental faz parte da sua visão. Neste contexto, os relatórios de sustentabilidade assumem-se como um importante instrumento de comunicação da estratégia e da imagem verdadeira e apropriada das empresas a todas as partes interessadas.

6.3. Definição e dimensão da população e amostra “Grupo GRI”

A população objeto de estudo no presente trabalho foi constituída pelo grupo de sociedades petrolíferas, que pertencem aos países da UE e ao Brasil, subdivididos posteriormente nos pertencentes e não pertencentes ao grupo G8 (atualmente G7 depois da exclusão da Rússia, mas no período do nosso estudo ainda era G8), tendo sido objeto de análise os dados respeitantes ao período que mediou entre 2008 a 2012. Para a “Grupo Total”, foram consideradas as observações que cumulativamente se verificassem os seguintes requisitos: 1) A empresa ser de um país pertencente à UE ou Brasil no período em causa; 2) possuir o ano económico coincidente com o ano civil; 3) ter o relatório & contas acessível através do *website* institucional da sociedade, durante o período de recolha dos dados; e 4) ter relatório de sustentabilidade acessível através do *website* institucional, durante o período de recolha dos dados. Assim sendo após a verificação destes pressupostos chegamos a uma amostra de observações.

Já para a amostra do “Grupo GRI”, engloba todas as petrolíferas do G8 e fora do G8 com exceção das empresas que não divulgaram informação ambiental baseada na GRI. Foram excluídas da amostra todas as empresas que não divulgaram informação ambiental segundo o modelo GRI exercícios de 2008 a 2012, simultaneamente, assim como todas aquelas cujo relatório não se encontrava disponível *online*.

As empresas que constam da amostra encontram-se referidas no Anexo B.

Optamos pela escolha do setor petrolífero por possuir uma elevada importância na conjuntura mundial atual, principalmente ao nível socioeconómico. Assim, torna-se indispensável a análise deste setor Apesar de ter existido um crescente número de estudos sobre divulgações de RS voluntárias, são muito poucos os estudos que centraram as suas pesquisas exclusivamente na avaliação da mensuração do desempenho ambiental nos relatórios de RS por parte das petrolíferas.

Depois de optarmos pelo setor a estudar, pesquisamos as empresas existentes em cada país da UE, o que nos daria 45 observações dentro dos países pertencentes ao G8 e 35 observações dos países que não fazem parte do G8. De modo a poder equilibrar a amostra optamos que introduzir no estudo também as petrolíferas do Brasil, passando assim a termos 45 observações dentro dos países pertencentes ao G8 e 49 observações dos países que não fazem parte do G8. Dentro do “Grupo GRI” ficamos com 40 observações para países pertencentes ao G8 e o mesmo número de observações para países fora do grupo G8.

6.4. Definição das variáveis e fatores explicativos do “Grupo GRI”

No desenvolvimento do trabalho foram escolhidas variáveis relacionadas com o desempenho ambiental da empresa, tendo por base a estrutura da GRI, uma vez que este é o modelo mais utilizado quer a nível nacional quer a nível internacional. Assim, as variáveis de desempenho ambiental no Anexo A.

As variáveis foram recolhidas de acordo com uma classificação dicotómica, foi elaborado um quadro final de recolha, atribuindo a cada elemento uma pontuação que oscila entre 0 e 1, de acordo com o seguinte critério: 0 se não divulga informação sobre o indicador; 1 se divulga informação sobre o indicador. Nos casos em que as entidades referem um indicador como sendo “Não Aplicável”, foi utilizado o valor 1 dado que se considerou que este facto se consubstanciava na divulgação de informação.

Com esta técnica, pretende-se medir o desempenho ambiental da população em estudo, pelo que se optou pelo cálculo de um índice de divulgação, o qual transforma a informação qualitativa (recolhida dos relatórios de sustentabilidade) em informação quantitativa, permitindo deste modo a análise da informação divulgada através de um indicador quantitativo.

Como potenciais fatores que influenciam a divulgação voluntária de informação e habitualmente mais testados em estudos empíricos anteriores serão utilizados: a rendibilidade, a dimensão e a certificação ambiental.

No que respeita ao fator rendibilidade, será medido através do quociente entre o resultado líquido e o total capital próprio, a maioria dos estudos apontem para a inexistência de uma

associação significativa entre a rendibilidade e a divulgação de informação (Moneva e Llena, 1996; Choi, 1999 e Archel, 2003).

A dimensão de uma empresa tem sido considerada de forma reiterada como uma variável determinante na divulgação de informação, esta dimensão pode ser analisada mediante o recurso a variáveis como: o número de trabalhadores, o volume de vendas, o valor do ativo total ou ainda o valor de capitalização das ações no mercado. Autores como Archel e Dallo (2001) usaram as três últimas magnitudes, Choi (1999) usou as duas primeiras, enquanto Archel (2003) se limitou apenas à utilização do valor do total do ativo, será este último o fator medidor do nosso estudo, apesar de fazermos também a comparação no caso de utilizarmos como fator de medição o ROE.

O fator “certificação ambiental” será validado através da existência de certificação ambiental segundo a ISO 14001 - *Environmental Management*. A utilização deste indicador pode também ser encontrada nos trabalhos de Archel e Lizarraga (2001).

6.5. Hipóteses de investigação

No desenvolvimento do trabalho e procurando ir ao encontro dos objetivos propostos, foram enunciadas três hipóteses de investigação, cada uma com duas sub-hipóteses, as quais pretendemos dar resposta no final deste trabalho.

Neste sentido, a primeira hipótese que se coloca é:

H1: Existe uma relação positiva entre a rendibilidade e o nível de divulgação.

Foram consideradas as seguintes sub-hipóteses:

H1.1: *Existe uma relação positiva entre a rendibilidade e o nível de divulgação, dentro dos países G8.*

H1.2: *Existe uma relação positiva entre a rendibilidade e o nível de divulgação, fora dos países G8.*

A segunda hipótese que se coloca é:

H2: Existe uma relação positiva entre a dimensão e o nível de divulgação.

Foram consideradas as seguintes sub-hipóteses:

H2.1: *Existe uma relação positiva entre a dimensão e o nível de divulgação, dentro dos países G8.*

H2.2: *Existe uma relação positiva entre a dimensão e o nível de divulgação, fora dos países G8.*

A terceira hipótese que se coloca é:

H3: Existe uma relação positiva entre a existência de certificação ambiental e o nível de divulgação.

Foram consideradas as seguintes sub-hipóteses:

H3.1: *Existe uma relação positiva entre a existência de certificação ambiental e o nível de divulgação, dentro dos países G8.*

H3.2: *Existe uma relação positiva entre a existência de certificação ambiental e o nível de divulgação, fora dos países G8.*

6.6. Definição das variáveis e fatores explicativos da “Amostra Total”

Para complementar o nosso estudo, de modo a conseguirmos uma análise mais abrangente de todas as sociedades em estudo e não só das que utilizam o GRI nos seus relatórios iremos também fazer uma análise a todas as empresas petrolíferas das quais faziam parte do estudo inicial que contam do Anexo B. Assim sendo seguidamente temos a definição das variáveis da amostra total:

Variável dependente Amostra Total:

A variável Práticas de Divulgação de RS (PRS) será a nossa variável dependente do nosso estudo, ou seja é a variável sobre a qual vamos procurar os efeitos das variáveis explicativas. A variável dependente vai classificar as práticas de divulgação de informação, relativa aos aspetos ambientais, atendendo a três aspetos:

1. Se divulgam ou não informação;

2. Se a informação apresentada segue a estrutura da GRI⁷.

A variável Práticas de Divulgação de RS (PRS) será então uma variável categórica que tomará os seguintes valores:

- (0) para as empresas que não apresentam qualquer informação acerca de RSC;
- (1) quando as empresas apresentam informação de cariz social e ambiental; e
- (2) quando as empresas apresentam informação sobre RSC e a apresentam segundo o modelo da GRI;

A tabela que apresentamos seguidamente sintetiza a referida informação:

Tabela 3: Classificação da variável PRS

PRS	Classificação	V. Categórica
Não Divulga RS	Variável <i>dummy</i> (1 – Sim; 0 – Não)	0
Divulga RS, Não segue Modelo da GRI	Variável <i>dummy</i> (1 – Sim; 0 – Não)	1
Divulga RS e segue o Modelo da GRI	Variável <i>dummy</i> (1 – Sim; 0 – Não)	2

A variável dependente PRS deve ser interpretada como a probabilidade da informação de natureza social e ambiental, de cada uma das empresas da nossa amostra, ser elaborada de acordo com cada um dos níveis de divulgação que acima são referidos.

Assim sendo, vamos tentar perceber qual o comportamento das variáveis explicativas para cada um dos níveis da variável dependente, socorrer-se para tal à elaboração de dois modelos (ou níveis de divulgação), que se denominaram “Divulga Sem Filtro”, “Divulga GRI”.

O primeiro modelo elaborado será “Divulga Sem Filtro”, irá dividir a nossa amostra de forma a concluir quais as empresas que divulgam RS, independentemente da forma de relato

⁷ Neste ponto do trabalho, sempre que seja referida a estrutura da GRI, ou modelo GRI, entenda-se a apresentada pela versão G3.1, a qual se aplicou ao período em análise.

adotada, ou seja este modelo vai identificar quais os fatores determinantes para os valores 1 e 2 da variável dependente PRS.

Quanto ao segundo modelo desta nova classificação, “Divulga GRI”, vai aferir quais as empresas que divulgam e adotam o modelo da GRI, assim sendo este modelo vai agregar os valores 2 da nossa variável dependente PRS.

Tabela 4: Níveis da variável dependente PRS

Variáveis	Classificação	
Divulga Sem Filtro	Variável <i>Dummy</i>	Valor 1: PRS 1,2 Valor 0: PRS 0
Divulga GRI	Variável <i>Dummy</i>	Valor 1: PRS 2 Valor 0: PRS 0,1

Variáveis independentes da amostra Total

As variáveis explicativas do modelo foram escolhidas com vista a reforçar o poder explicativo do modelo face às características do contexto interno da organização, particularmente às características da divulgação de informação ambiental de acordo com o GRI.

Tabela 5: Variáveis independentes

	Variável	Descrição	Fonte
Pertence ao G8	Publica RS	Variável <i>dummy</i> (1 – Se Pública RS; 0 – Se não)	Relatório de Sustentabilidade 2008 a 2012
	Utiliza GRI	Variável <i>dummy</i> (1 – Se Utiliza GRI; 0 – Se não)	Relatório de Sustentabilidade 2008 a 2012
Não pertence ao G8	Publica RS	Variável <i>dummy</i> (1 – Se Pública RS; 0 – Se não)	Relatório de Sustentabilidade 2008 a 2012
	Utiliza GRI	Variável <i>dummy</i> (1 – Se Utiliza GRI; 0 – Se não)	Relatório de Sustentabilidade 2008 a 2012

Variáveis de controlo

As investigações anteriormente desenvolvidas mostram a evidência de relação entre determinadas características empresariais e a divulgação de informação social corporativa (Prado *et al.*, 2009).

Deste modo, vamos utilizar como variáveis de controlo o tamanho da empresa, a sua rentabilidade e a certificação das mesmas.

Tabela 6: Variáveis de controlo

Variável	Descrição Fonte	Fonte
Tamanho (TAM)	Variável numérica representada pelo logaritmo natural do ativo	Relatório de Contas de 2008 a 2012
Rentabilidade (RENT)	Variável numérica que representativa da rentabilidade total do ativo ($R.O.E. = RL/CP$)	Relatório de Contas de 2008 a 2012
Certificação Ambiental (CERT)	Variável <i>dummy</i> (1 – Se Utiliza ISO 14001; 0 – Se não)	Relatório de Contas de 2008 a 2012

6.7. Métodos e técnicas estatísticas

Como já referido anteriormente, a nível metodológico, é pretendido investigar qual o nível de divulgação de matérias ambientais das empresas petrolíferas, bem como se a rentabilidade, a dimensão e a certificação ambiental das empresas poderão ter influência nesse mesmo grau de divulgação.

Para tal, e relativamente à bibliografia, foram consultadas obras editadas, artigos publicados em revistas da especialidade, *websites* e monografias.

Para um estudo mais aprofundado foram utilizadas técnicas de estatística descritiva e de análise exploratória dos dados recolhidos nos relatórios das empresas. Para Silvestre (2007) a estatística descritiva é constituída por um conjunto de métodos destinados a organizar, sintetizar e analisar os dados obtidos no estudo, permitindo assim caraterizar a população e conhecer o seu comportamento.

Utilizou-se também a análise bivariada, Reis *et al.* (1997), para apurar a relação existente entre os fatores dimensão e rendibilidade e a certificação. Finalmente, foi utilizada a análise multivariada, Reis *et al.* (1997) onde as relações se estabelecem entre mais de duas variáveis, utilizando-se a análise fatorial de componentes principais.

Índice de Desempenho Ambiental:

$$IDA_i = \left[\sum_{j=1}^e e_j / e \right] / n$$

Onde:

e_j = Empresa j em análise

e = Número máximo de indicadores de desempenho ambiental

n = Número máximo de empresas da amostra

PARTE III – Estudo Empírico

Nesta parte será desenvolvida a análise e discussão dos dados recolhidos sobre o setor petrolífero referentes à divulgação de informação ambiental, à rendibilidade, à dimensão e à existência de certificação de natureza ambiental.

O estudo realizado começa com a análise á amostra do “Grupo Total”, em que primeiramente será desenvolvida uma análise descritiva da amostra. Seguidamente será realizada a análise univariada dos dados com intuito da caracterizar as variáveis em estudo e de construir e analisar o índice de divulgação ambiental referentes às entidades em estudo. Posteriormente, será efetuada uma análise multivariada dos dados, com o objetivo de relacionar o grau de divulgação de informação ambiental com as variáveis rendibilidade, dimensão e certificação ambiental da empresa. Numa segunda fase do estudo empírico iremos analisar a amostra do “Grupo GRI”, as técnicas usadas serão as mesmas que usamos para a amostra “Grupo Total”.

7. Estatística descritiva

7.1. Estatística descritiva da amostra Total

A metodologia seguida no trabalho consistiu na realização de análise de conteúdo efetuada com base nos relatórios e contas e nos relatórios de sustentabilidade, quando existiam. Efetuou-se a recolha dos dados para averiguar a extensão e tipologia de informação divulgada sobre os indicadores de desempenho ambiental referidos na GRI. Posteriormente, foi elaborado um quadro final de recolha para cada índice e para cada ano, apresentado no Anexo C, atribuindo a cada item uma codificação binária do tipo 0 e 1, de acordo com o seguinte critério: 0 caso não seja divulgada informação sobre o indicador; 1 caso seja divulgada informação sobre o indicador.

Vamos também analisar a amostra total das petrolíferas (incluindo todas as empresas, mesmo as que não fazem divulgação com a GRI) das quais recolhemos os relatórios de contas, os elementos obtidos através da amostra estudada permitem-nos uma análise com base na estatística descritiva.

Ao analisar a tabela n.º 8 verificamos que é ainda bastante relevante a percentagem de empresas que não faz qualquer referência às temáticas relacionadas com RS (30,85%).

Verificamos ainda que, do total das empresas que têm por prática relatar informação acerca dos aspetos de RS (69,15%), a boa parte opta por o fazer de acordo com as linhas orientadoras propostas pela GRI (42,55%).

Tabela 7: PRS - Classificação da amostra Total

PRS	N.º empresas	%	% Acumulada
(1) Não divulga RS	29	30,85	30,85
(2) Divulga, não segue modelo da GRI	25	26,6	57,45
(3) Divulga e segue o modelo da GRI	40	42,55	100
Total	94	100	

Na tabela que se segue (Tabela n.º 8) descreve a nossa amostra total onde estão todas as petrolíferas pertencentes ao grupo inicial da nossa recolha de dados, considerando assim todas as variáveis representativas do modelo:

Tabela 8: Estatística descritiva da amostra Total

		N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
Variáveis Contínuas	TAM_A - Total	94	167	6319356	342185	1119192
	RENT – Total	94	0,47%	41,09%	11,31%	7,43%
		N	1	%	0	%
Variáveis Dummy	CER – Total	94	55	58,51	39	41,49
	PRS - Total	94	55	58,51	39	41,49

PSR: Práticas Responsabilidade Social; **TAM_A – Total:** Tamanho da empresa utilizando a variável ativo da Amostra Total; **RENT – Total:** Rentabilidade Amostra Total; e **CER – Total:** Certificação Amostra Total

Fazendo uma análise dos resultados obtidos, verificamos então que existe uma grande parte das empresas (73,40%) que apresenta certificação da ISO 14001, já relativamente à divulgação do Relatório de RS as empresas que o fazem já são menos (58,51%). O que se poderá dever-se ao fato de muitas das mesmas, sobre tudo as sociedades anónimas brasileiras., não serem obrigadas a fazerem divulgação desse mesmo relatório.

Deve-se salientar que, numa análise descritiva, apenas se podem procurar pistas e evidências, e não tendências, pelo que foi calculada a média e desvio-padrão de cada variável.

7.2. Estatística descritiva “Grupo GRI”

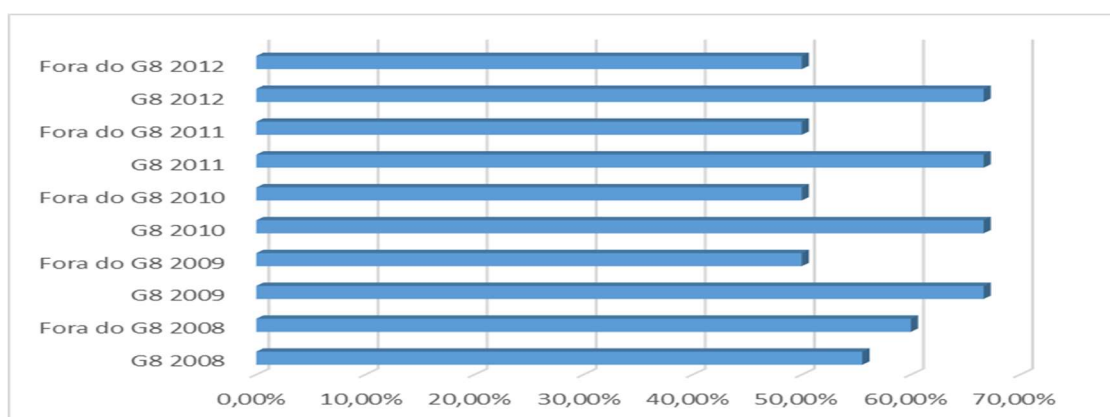
De acordo com a GRI, e agrupando os indicadores de desempenho ambiental, obtemos nove aspetos: “Materiais”, “Energia”, “Água”, “Biodiversidade”, “Emissões, Efluentes e Resíduos”, “Produtos e Serviços”, “Conformidade”, “Transporte” e “Geral”.

Partindo dos aspetos mencionados, pretende-se analisar qual o grau de divulgação de informação ambiental efetuado pelas entidades que integram a amostra.

Primeiramente, e com intuito de dar a conhecer o peso relativo das empresas que adotam o modelo GRI no relato da sua sustentabilidade, o Gráfico n.º 6 demonstra a existência um número superior de empresas (em termos relativos) pertencentes ao G8 que utilizam o modelo GRI, quando comparado com as empresas Fora do G8. Esta realidade verifica-se em qualquer dos anos em análise.

No período em estudo, das empresas fora do G8 e que adotam o referido modelo GRI, apenas 50% das empresas referem que utilizam este modelo na divulgação de informação de natureza ambiental, em todos os anos, exceto em 2008 que era de 60%. No caso do índice dentro das empresas pertencentes ao G8 verificou-se um aumento de 57%, em 2008, para 67%, em 2009, mantendo esse valor percentual os restantes anos em análise.

Gráfico 2: Percentagem de empresas que utilizam o GRI



Fonte: Elaboração própria

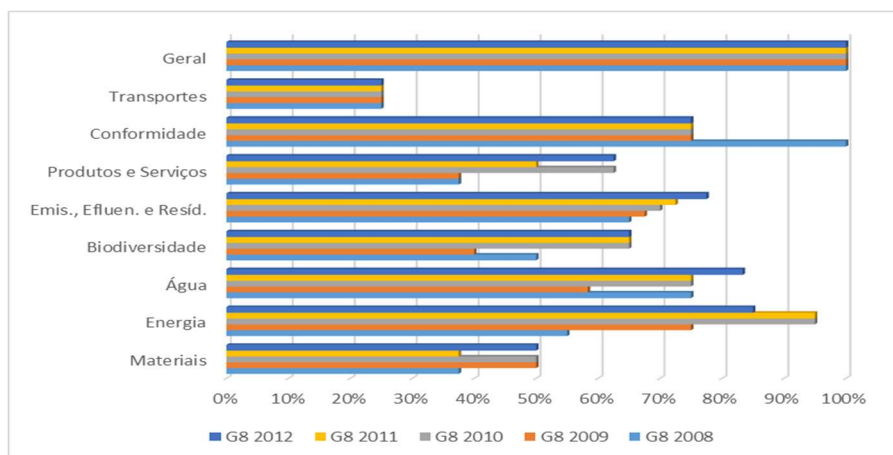
Uma vez que está caracterizado o nível de adoção de referencial GRI pelas entidades pertencentes aos índices em estudo será agora abordada a tipologia de divulgação ambiental efetuada pelas empresas que adotam o referencial mencionado.

Fazendo uma breve análise às empresas pertencentes ao G8, através do Gráfico n.º13, observa-se que os valores dos aspetos divulgados para os 4 anos em estudo são inconstantes, apenas os dois primeiros aspetos (“Geral” e “Transportes”) se verifica uma divulgação igual em todos os anos.

Os aspetos mais divulgados são o “Geral”, “Conformidade” e “Energia”, em nenhum dos anos a divulgação destes aspetos foi inferior a 70%.

Podemos ainda verificar que os aspetos “Transportes” e “Materiais” são os menos divulgados, em nenhum dos anos do estudo ultrapassaram os 50%, tendo mesmo o aspeto “Transportes” mantido só uma divulgação de 25%.

Gráfico 3: Evolução do nível de divulgação das empresas do G8

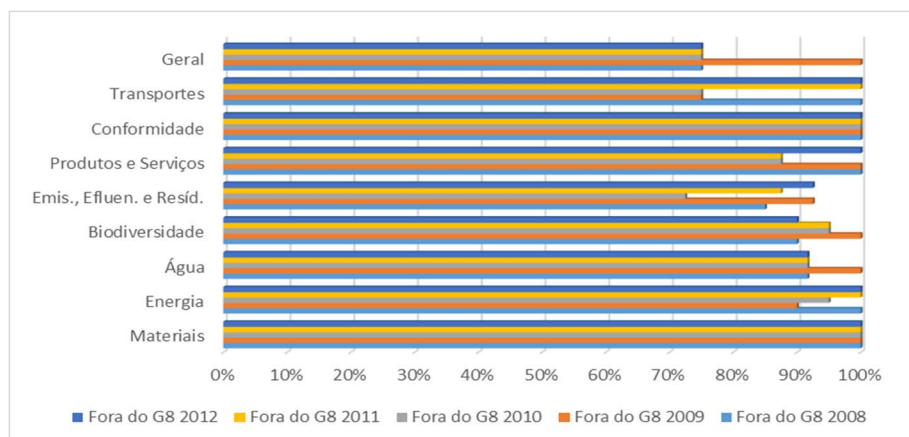


Fonte: Elaboração própria

Fazendo também uma breve análise às empresas que não fazem parte do G8, podemos observar a sua evolução através do Gráfico n.º 3, no qual se verifica a não existência de diferenças significativas entre o nível de divulgação de informação ambiental nos anos em estudo. O Gráfico n.º4 mostra-nos que os aspetos mais divulgados são a “Conformidade” e “Materiais”. Tendo uma divulgação em todos os anos de 100%. Tendo os restantes aspetos

mantendo um valor quase sempre constante, com variações insignificantes, mas em nenhum aspeto se verifica uma divulgação inferior a 70%.

Gráfico 4: Evolução do nível de divulgação das empresas Fora do G8



Fonte: Elaboração própria

Fazendo agora um breve resumo, sustentado nos Gráfico n.º 3 e n.º 4, através do qual é possível analisar comparativamente o nível de divulgação, nos anos de 2008, 2009, 2010, 2011 e 2012, entre as empresas em estudo pertencentes ao G8 e Fora do G8, pode concluir-se que são as empresas não pertencentes ao G8 que mostram um maior nível de divulgação, ou seja, a adoção é feita de forma mais abrangente e totalizada pelas empresas Fora do G8 quando comparadas com as suas congéneres do G8.

7.3. Índice de divulgação ambiental

De acordo com a metodologia do presente trabalho, e para efeitos do cálculo do índice de divulgação ambiental foram tidos em conta, os trinta indicadores ambientais, anteriormente apresentados, atribuindo a cada elemento uma classificação dicotómica 0 e 1, de acordo com o seguinte critério: 0 se não divulga informação sobre o indicador; 1 se divulga informação sobre o indicador.

Assim, os valores dos índices de divulgação ambiental para cada ano e país são os seguintes:

Figura 7: Índice de Divulgação Ambiental

	2008	2009	2010	2011	2012	Média	Desvio Padrão
G8	18	18	22	21	22	20	1,961
Fora do G8	28	29	26	28	28	28	1,081

24

Conforme seria expetável, após a análise descritiva efetuada anteriormente, os valores dos índices de divulgação em cada um dos anos em análise não sofrem uma variação significativa. No entanto, deve ser realçado que o nível de divulgação é substancialmente superior para o grupo “Fora do G8.” De notar ainda que as entidades que integram o G8 e as que estão Fora do G8 divulgam em média 24 em 30 indicadores ambientais passíveis de ser divulgados.

Tabela 9: Estatística descritiva da amostra “Grupo GRI”

		N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
Variáveis Contínuas	IDA - GRI	40	15	30	23,9	4,96
	TAM_A - GRI	40	6623	299289	105297	76514
	RENT – Total	40	3,62%	30,6%	13,12%	5,79%
		N	1	%	0	%
Variáveis Dummy	CER – Total	40	39	97,5	1	2,5

IDA: Índice Divulgação Ambiental; **TAM_A – GRI:** Tamanho da empresa utilizando a variável ativo da Amostra GRI; **RENT – GRI:** Rentabilidade Amostra GRI; e **CER – GRI:** Certificação GRI

Fazendo uma breve análise dos resultados obtidos, verificamos então que quase todas as empresas (97,5%) apresentam certificação da ISO 14001 apenas uma pequena parte das entidades não têm essa certificação. Relativamente ao Índice de Divulgação Ambiental (IDA) existem empresas que se limitam a divulgar um mínimo de 15 indicadores, mas em média são divulgados 23,9 indicadores dos 30 possíveis para uma divulgação total.

8. Análise Empírica

8.1. Análise Empírica Amostra Total

No estudo da Amostra Total foram efetuadas análises correlacionais através do método de *Pearson* (r) com o intuito de compreender a relação entre as variáveis, tendo sempre em conta que uma correlação mede pura e simplesmente a associação entre variáveis sem qualquer implicação de causa e efeito entre ambas (Maroco, 2003).

Os coeficientes de correlação mais utilizados são o coeficiente de correlação de *Pearson* e o coeficiente de correlação de *Spearman*.

O coeficiente de correlação de *Pearson*, representado por r , representa na escala] -1, 1 [, a correlação ou associação entre as duas variáveis. Ou seja: $r = 1$ Significa uma correlação perfeita positiva entre as duas variáveis; $r = -1$ Significa uma correlação negativa perfeita entre as duas variáveis - Isto é, se uma aumenta, a outra sempre diminui; e $r = 0$ Significa que as duas variáveis não dependem linearmente uma da outra. No entanto, pode existir uma outra dependência que seja "não linear". Assim, o resultado $r = 0$ deve ser investigado por outros meios.

O coeficiente de correlação de postos de *Spearman*, denominado pela letra grega ρ (rho), é uma medida de correlação não-paramétrica. Ao contrário do coeficiente de correlação de *Pearson* não requer a suposição que a relação entre as variáveis é linear, nem requer que as variáveis sejam quantitativas; pode ser usado para as variáveis medidas no nível ordinal.

8.1.1. Análise Univariada – Amostra Total

Tabela 10: Matriz de correlação bivariada

Correlações		PRS	TAM_A – Total	RENT – Total	CER – Total
Correlação de <i>Spearman</i>	PRS	1,000			
	TAM_A – Total	,290**	1,000		
	RENT – Total	,232*	,022	1,000	
	CER – Total	,584**	-,001	,179	1,000

Correlações		PRS	TAM_A – Total	RENT – Total	CER – Total
Correlação de <i>Pearson</i>	PRS	1			
	TAM_A – Total	-,228*	1		
	RENT – Total	,172	-,154	1,000	
	CER – Total	,585**	-,369**	,186	1,000

** . A correlação é significativa no nível 1%

*. A correlação é significativa no nível 5%

PSR: Práticas responsabilidade Social; **TAM_A – Total:** Tamanho da empresa utilizando a variável ativo da Amostra Total; **RENT – Total:** Rentabilidade Amostra Total; e **CER – Total:** Certificação Amostra Total

Ao observar as correlações existentes, entre as variáveis explicativas, verificamos que de uma forma geral as variáveis não se encontram fortemente correlacionadas, apenas as correlações da variável representativa do Tamanho (TAM_A), com a Certificação (CER), apresentam valores um pouco mais expressivos.

Perante tal cenário, é possível verificar que o nosso modelo não sofre de problemas de multicolinearidade, o que se traduz em segurança tanto na interpretação do contributo dos preditores, como na estimação dos coeficientes de correlação.

Centrando-nos agora numa breve análise da relação entre a variável dependente (PRS) e as variáveis explicativas selecionadas para o presente estudo, verificamos que, a variável de controlo representativa da Certificação (CER) é aquela que apresenta uma correlação mais elevada, apresentando uma correlação positiva estatisticamente significativa a 1%. Foi verificada esta situação tanto para o coeficiente de correlação de *Pearson*, como para o coeficiente de correlação de *Spearman*.

8.1.2. Análise multivariada da Amostra Total

Uma vez que se verificou um certo grau de relacionamento entre as variáveis em análise, verificado pela correlação de *Spearman's* e *Pearson*, vamos agora recorrer à regressão linear, a análise de regressão estuda o relacionamento entre uma variável chamada variável dependente e outras variáveis chamadas variáveis independentes. Este relacionamento é representado por um modelo matemático, isto é, por uma equação que associa a variável

dependente com as variáveis independentes. Este modelo é designado por modelo de regressão linear.

Maroco (2003) refere que “atualmente o termo Regressão Linear define um conjunto vasto de técnicas estatísticas usadas para modelar as relações entre variáveis e prever o valor de uma variável dependente (ou resposta) a partir de um conjunto de variáveis independentes (ou preditores) ”.

Neste ponto do trabalho, com o propósito de averiguar qual a natureza da relação existente entre a publicação de matéria ambiental e o relato de RS, vamos recorrer à nossa variável dependente (PRS), categorizada em dois níveis de divulgação, tal como já foi descrito anteriormente do presente trabalho.

No estudo agora desenvolvido, o contributo das variáveis independentes sobre a variável dependente será avaliado em três etapas, mediante a aplicação de três modelos regressão (modelo 1, modelo 2 e Modelo 3). O modelo 1, ou modelo básico, pretende mensurar o impacto das variáveis de controlo na explicação das práticas de divulgação de RS. Quanto ao segundo modelo vai procurar aferir qual o impacto da introdução das variáveis relativas ao fato de pertencerem aos países do G8. Por fim, o último modelo de regressão introduzirá as variáveis dos países que estão fora do grupo G8. Os referidos modelos são apresentados nas tabelas 12, 13 e 14, em que cada uma delas apresenta o comportamento de cada variável explicativa para cada um dos níveis da variável dependente.

O nível da variável dependente designado “Divulga Sem Filtro”, reconhece quais os fatores determinantes para os valores 1 e 2 da variável dependente, relativamente ao valor 0, que atua como grupo de controlo, ou seja, tenta perceber o que está por detrás da decisão de divulgar RS. Este primeiro nível de divulgação simplesmente divide a amostra atendendo a se as empresas possuem, ou não, práticas de divulgação, independentemente da forma como o fazem.

Quanto ao nível seguinte “Divulga GRI”, procurará os fatores que atuam como determinantes para a variável dependente ao assumir os valores 2, relativamente aos valores 0 e 1. Ou seja, aqui já só se considera aquelas empresas que divulgam e apresentam a informação de acordo com as linhas orientadoras avançadas pela GRI.

Modelo 1 – Amostra Total

Começamos então por apresentar o modelo 1 (modelo básico), o qual pretenderá avaliar qual o impacto das variáveis de controlo na explicação das práticas de divulgação de RS, ou seja este modelo vai procurar explicar qual o impacto de variáveis como o tamanho da sociedade (TAM), medido pelo logaritmo natural do ativo, a rentabilidade (RENT), dada pelo quociente entre o resultado líquido e o capital próprio da sociedade e a certificação (CERT) avaliada pela ISO14001, sobre o nível de divulgação das práticas de RS. O modelo 1, apresentado na tabela n.º 11.

Tabela 11: Modelo 1 – Amostra Total

		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
Divulga sem Filtro	Constante	,087		,831	,408
	TAM_A – Total	-6,724E-9	-,015	-,170	,866
	RENT – Total	6,954E-6	,000	,001	,999
	CER – Total	,682	,611	6,785	,000
	R ²	38,1			
		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
Divulga GRI	Constante	-,033		-,285	,776
	TAM_A – Total	5,952E-10	,001	,013	,989
	RENT – Total	,008	,120	1,276	,205
	CER – Total	,501	,447	4,464	,000
	R ²	23,4			

TAM_A – Total: Tamanho da empresa utilizando a variável ativo da Amostra Total; **RENT – Total:** Rentabilidade Amostra Total; e **CER – Total:** Certificação Amostra Total

Os resultados alcançados mostram a existência de uma relação positiva, e significativa do ponto de vista estatístico, entre certificação da sociedade e as práticas de relato de RS, para qualquer um dos níveis de divulgação apresentados. Este resultado corrobora com os resultados no estudo de Archel e Lizarraga, 2001, que apontaram a variável representativa da certificação como determinante para a divulgação de RS.

Quanto às variáveis representativa da rentabilidade e do tamanho da sociedade, não resulta estatisticamente significativa, pelo que somos levados a concluir que o fator rentabilidade, não é relevante para as práticas de divulgação levadas a cabo pelas sociedades da nossa amostra.

Os valores obtidos para os dois modelos em análise foram de 38,1 e 23,4. Em face a estes resultados podemos concluir que as características específicas das firmas explicam uma parte relevante das práticas de divulgação de RS.

Modelo 2 – Amostra Total

Neste ponto do estudo vamos analisar em que medida o facto de as sociedades pertencerem ao G8 são determinantes das práticas de relato de RS.

Este segundo modelo vai procurar aferir qual o impacto da introdução da variável Pertencente ao G8 (P_G8).

Tabela 12: Modelo 2 – Amostra Total

		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
Divulga sem Filtro	Constante	,073		,645	,521
	TAM_A – Total	-4,550E-9	-,010	-,112	,911
	RENT – Total	,000	,003	,037	,970
	CER – Total	,679	,609	6,695	,000
	P_G8	,026	,026	,308	,759
R ²		38,2			
		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
Divulga GRI	Constante	-,023		-,182	,856
	TAM_A – Total	-1,038E-9	-,002	-,023	,982
	RENT – Total	,008	,118	1,236	,220
	CER – Total	,503	,449	4,441	,000
	P_G8	-,020	-,020	-,207	,836
R ²		23,5			

TAM_A – Total: Tamanho da empresa utilizando a variável ativo da Amostra Total; **RENT – Total:** Rentabilidade Amostra Total; **CER – Total:** Certificação Amostra Total; e **P_G8:** Pertence ao G8

Os resultados empíricos obtidos pela aplicação do segundo modelo mostram o efeito das variáveis explicativas associadas com o fato de pertencer ao G8.

Ao analisar cada um dos níveis das práticas de relato de RS, verificamos que introdução da variável em pouco ou nada alterou capacidade explicativa do modelo. Nos dois níveis apresentados apenas houve um aumento de 0,01 no poder explicativo do modelo.

A certificação continua a ser a única variável com significância estatística no nosso estudo.

Modelo 3 – Amostra Total

Neste ponto do estudo vamos analisar em que medida o facto de as sociedades não pertencerem aos países do G8 são determinantes das práticas de relato de RS.

Este segundo modelo vai procurar aferir qual o impacto da introdução da variável Fora do G8 (F_G8).

Tabela 13: Modelo 3 – Amostra Total

		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
Divulga sem Filtro	Constante	,099		,882	,380
	TAM_A – Total	-4,550E-9	-,010	-,112	,911
	RENT – Total	,000	,003	,037	,970
	CER – Total	,679	,609	6,695	,000
	F_G8	-,026	-,026	-,308	,759
R ²		38,2			
		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
Divulga GRI	Constante	-,043		-,339	,735
	TAM_A – Total	-1,038E-9	-,002	-,023	,982
	RENT – Total	,008	,118	1,236	,220
	CER – Total	,503	,449	4,441	,000

F_G8	,020	,020	,207	,836
R ²	23,5			

TAM_A – Total: Tamanho da empresa utilizando a variável ativo da Amostra Total; **RENT – Total:** Rentabilidade Amostra Total; **CER – Total:** Certificação Amostra Total; e **F_8:** Fora do G8

Os resultados alcançados mostram a existência de uma relação positiva, e significativa do ponto de vista estatístico, entre certificação da sociedade e as práticas de relato de RS, para qualquer um dos níveis de divulgação apresentados.

O valor de significância da amostra para empresas pertencentes ao G8 (P_G8) é substancialmente maior do que para as empresas fora do G8 (F_G8).

8.1.3 Análise crítica dos resultados – Amostra Total

Com propósito de analisar a robustez dos resultados utilizados, fomos reutilizar os mesmos modelos, mas com recurso a variáveis alternativas, com o objetivo de analisar se os resultados obtidos se mantinham, ou se sofriam alterações. As tabelas n.º 14, 15 e 16, mostram os resultados ao utilizarmos o volume de negócios (TAM_V+PS) como variável alternativa para aferir sobre o tamanho da sociedade.

Tabela 14: Modelo 1.1 – Amostra Total

		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
Divulga sem Filtro	Constante	,001		,011	,991
	TAM_V+PS - Total	5,508E-7	,151	1,828	,071
	RENT – Total	,001	,009	,111	,912
	CER – Total	,714	,641	7,634	,000
R2		40,3			
		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
Divulga GRI	Constante	-,010		-,089	,929
	TAM_V+PS - Total	-1,576E-7	-,043	-,461	,646
	RENT – Total	,008	,118	1,257	,212

	CER – Total	,493	,440	4,638	,000
R2		23,6			

TAM_V+PS – Total: Tamanho da empresa utilizando a variável soma das Vendas com Prestações de Serviços; **RENT – Total:** Rentabilidade Amostra Total; e **CER – Total:** Certificação Amostra Total

Tabela 15: Modelo 2.2 – Amostra Total

		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
Divulga sem Filtro	Constante	-,014		-,125	,901
	TAM_V+PS - Total	5,555E-7	,152	1,834	,070
	RENT – Total	,001	,013	,151	,880
	CER – Total	,708	,635	7,448	,000
	P_G8	,033	,034	,408	,684
R2		40,4			
		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
Divulga GRI	Constante	-,001		-,009	,993
	TAM_V+PS - Total	-1,605E-7	-,044	-,466	,642
	RENT – Total	,008	,116	1,221	,225
	CER – Total	,496	,444	4,594	,000
	P_G8	-,021	-,021	-,224	,823
R2		23,6			

TAM_V+PS – Total: Tamanho da empresa utilizando a variável soma das Vendas com Prestações de Serviços; **RENT – Total:** Rentabilidade Amostra Total; **CER – Total:** Certificação Amostra Total; e **P_8:** Dentro do G8

Tabela 16: Modelo 3.3 – Amostra Total

		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
Divulga sem Filtro	Constante	,020		,177	,860
	TAM_A – Total	5,555E-7	,152	1,834	,070
	RENT – Total	,001	,013	,151	,880
	CER – Total	,708	,635	7,448	,000

	F_G8	-,033	-,034	-,408	,684
	R2	40,4			
		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
	Constante	-,022		-,172	,864
Divulga GRI	TAM_A – Total	-1,605E-7	-,044	-,466	,642
	RENT – Total	,008	,116	1,221	,225
	CER – Total	,496	,444	4,594	,000
	F_G8	,021	,021	,224	,823
	R2	23,6			

TAM_V+PS – Total: Tamanho da empresa utilizando a variável soma das Vendas com Prestações de Serviços; **RENT – Total:** Rentabilidade Amostra Total; **CER – Total:** Certificação Amostra Total; e **F_8:** Fora do G8

Como podemos verificar, houve um aumento da capacidade explicativa para todos os modelos, ou seja a substituição da variável representativa do tamanho da sociedade veio aumentar a capacidade das variáveis independentes na explicação da variação da variável dependente. Contudo as conclusões retiradas são similares porque a única variável que continuou a apresentar significância estatística foi a certificação.

Estamos conscientes de que os dados referentes a apenas 5 exercícios económicos não são suficientes para chegar a conclusões determinantes sobre a relação entre as características da empresa e as práticas de divulgação de responsabilidade social. Julgamos que seria não só interessante aumentar o período de análise, como também fazer um estudo comparativo entre os períodos. Entendemos que o facto do estudo se restringir ao grupo de empresas da EU e Brasil, também pode constituir uma limitação.

8.2. Análise Empírica Amostra GRI

8.2.1. Análise Univariada – GRI

Para o estudo das hipóteses de investigação formuladas anteriormente, começamos por determinar as correlações entre as variáveis analisadas a toda a amostra do “Grupo GRI”, as quais são apresentadas na tabela seguinte:

Tabela 17: Matriz de correlação bivariada para toda a amostra do “Grupo GRI”

Correlações		IDA	TAM_A – GRI	RENT – GRI	CER – GRI
Correlação de Spearman	IDA	1,000			
	TAM_A – Total	-0,03	1,000		
	RENT – Total	-0,18	-0,13	1,000	
	CER – Total	-0,25	-0,13	0,17	1,000
Correlações		IDA	TAM_A – Total	RENT – Total	CER – Total
Correlação de Pearson	IDA	1			
	TAM_A – Total	-0,04	1		
	RENT – Total	-0,19	-,263	1	
	CER – Total	-,199	-,069	-,141	1

IDA: Índice de Divulgação Ambiental; TAM_A – GRI Tamanho da empresa utilizando a variável ativo da Amostra GRI; RENT – GRI: Rentabilidade Amostra GRI; e CER – GRI: Certificação Amostra GRI.

Ao observar as correlações existentes, entre as variáveis explicativas, verificamos que as variáveis não estão fortemente correlacionadas. A correlação entre a Rentabilidade (RENT) e a variável tamanho (TAM_A) é a que mais se aproxima de uma possível correlação. Para podermos ter uma interpretação mais clara do nosso estudo, nas tabelas n.º 18 e 19 mas analisar separadamente as empresas pertencentes ao G8 e Fora do G8.

Tabela 18: Matriz de correlação bivariada para as empresas pertencentes ao G8 do “Grupo GRI”

Correlações		IDA	TAM_A – GRI	RENT – GRI	CER – GRI
Correlação de Spearman	IDA	1			
	TAM_A – GRI	,267	1		
	RENT – GRI	-,094	-,753**	1	
	CER – GRI	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a

Correlações		IDA	TAM_A – GRI	RENT – GRI	CER – GRI
Correlação de Pearson	IDA	1			
	TAM_A – GRI	,208	1		
	RENT – GRI	-,192	-,648**	1	
	CER – GRI	. ^a	. ^a	. ^a	. ^a

** . A correlação é significativa no nível 1%

a. Não é possível calcular porque pelo menos uma das variáveis é constante.

IDA: Índice de Divulgação Ambiental; **TAM_A – GRI** Tamanho da empresa utilizando a variável ativo da Amostra GRI; **RENT – GRI:** Rentabilidade Amostra GRI; e **CER – GRI:** Certificação Amostra GRI.

Tabela 19: Matriz de correlação bivariada para as empresas Fora G8 do “Grupo GRI”

Correlações		IDA	TAM_A – GRI	RENT – GRI	CER – GRI
Correlação de Spearman	IDA	1			
	TAM_A – GRI	,259	1		
	RENT – GRI	,349	-,200	1	
	CER – GRI	-,259	-,323	-,179	1,000
Correlações		IDA	TAM_A – GRI	RENT – GRI	CER – GRI
Correlação de Pearson	IDA	1			
	TAM_A – GRI	,305	1		
	RENT – GRI	,041	-,270	1	
	CER – GRI	-,157	-,273	-,215	1

IDA: Índice de Divulgação Ambiental; **TAM_A – GRI** Tamanho da empresa utilizando a variável ativo da Amostra GRI; **RENT – GRI:** Rentabilidade Amostra GRI; e **CER – GRI:** Certificação Amostra GRI.

Ao observar as correlações entre as variáveis explicativas, de forma separada dos países pertencentes e não pertencentes ao Grupo G8, verificamos que de uma forma geral as variáveis não se encontram fortemente correlacionadas, apenas as correlações da variável

representativa do Tamanho (TAM_A), com a Rentabilidade (RENT), apresentam valores um pouco mais expressivos para as empresas pertencentes ao G8.

Perante tal cenário, é possível verificar que o nosso modelo não sofre de problemas de multicolinearidade, o que se traduz em segurança tanto na interpretação do contributo dos preditores, como na estimação dos coeficientes de correlação.

Em relação à variável dependente (IDA) e as variáveis explicativas selecionadas para o presente estudo, verificamos que, a variável de controlo representativa da rentabilidade (RENT) é aquela que apresenta valores mais próximos de uma possível correlação. Foi verificada esta situação tanto para o coeficiente de correlação de *Pearson*, como para o coeficiente de correlação de *Spearman*.

8.2.2. Interpretação e análise multivariada - Grupo GRI

Tendo por objetivo responder às hipóteses de investigação já mencionadas anteriormente (Ponto 6.5), iremos agora desenvolver a análise multivariada dos dados recolhidos dos relatórios anuais das empresas constantes da nossa população-alvo, ou seja do denominado “Grupo GRI”, tendo assim a finalidade de melhor compreender a relação entre o nível de divulgação e os fatores tido como relevantes para explicar a variação do índice de divulgação de informação de natureza ambiental. A técnica de análise estatística multivariada inclui métodos de análise de duas ou mais variáveis, podendo ser ou não estabelecida uma relação de causa/efeito entre elas.

Na Tabela n.º 20 vamos responder às H1, H2 e H3 como um todo, incluindo Amostra do Grupo GRI Total. Na Tabela seguinte (n.º21) iremos responder às sub-hipóteses onde iremos analisar as empresas pertencentes e não pertencentes ao G8 em separado.

Modelo 1 – Grupo GRI

Começamos então por analisar as H1, H2 e H3, este modelo pretenderá avaliar qual o impacto das variáveis de controlo na explicação do índice de divulgação Ambiental, ou seja este modelo vai procurar explicar qual o impacto de variáveis como a rentabilidade (RENT) dada pelo quociente entre o resultado líquido e o capital próprio da sociedade, o tamanho da sociedade (TAM_A), medido pelo logaritmo natural do ativo e a certificação (CERT)

avaliada pela ISO14001, sobre o índice de divulgação Ambiental (IDA). O modelo 1, apresentado na tabela n.º 20.

Tabela 20: Modelo 1 – Grupo GRI

		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
GRI - Total	Constante	35,044		12,128	,000
	RENT – GRI	-,218	-,254	-1,530	,135
	TAM_A – GRI	-7,877E-6	-,122	-,737	,466
	CER – GRI	-7,647	-,244	-1,518	,138
R²		10,1			

TAM_A – GRI Tamanho da empresa utilizando a variável ativo da Amostra GRI; **RENT – GRI**: Rentabilidade Amostra GRI; e **CER – GRI**: Certificação Amostra GRI.

Os resultados obtidos mostram que o modelo tem uma capacidade explicativa reduzida, pois apenas atinge 10,1. Para além disso, nenhuma das variáveis dependentes tem significância estatística.

Modelo 2 – Grupo GRI

Este segundo modelo vai procurar aferir qual o impacto da introdução da variável Pertencente ao G8 (P_G8), ou seja em que medida o facto de as sociedades pertencerem ao G8 são determinantes para as práticas de divulgação do GRI.

Tabela 21: Modelo 2 – Amostra GRI

		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
GRI - Total	Constante	30,891		7,585	,000
	RENT – GRI	-,103	-,120	-1,047	,302
	TAM_A – GRI	7,133E-6	-,122	-,737	,466
	CER – GRI	-2,785	-,089	-,793	,433
	P_G8	-7,347	-,750	-6,536	,000

R ²	59,5
----------------	------

TAM_A – GRI Tamanho da empresa utilizando a variável ativo da Amostra GRI; RENT – GRI: Rentabilidade Amostra GRI; CER – GRI: Certificação Amostra GRI; e P_G8: Pertencente ao Grupo de Países G8.

O nosso segundo modelo das empresas GRI, foi aquele que mostrou maior capacidade explicativa, no seu conjunto as variáveis explicativas utilizadas explicam 59,5% da variação da variável dependente IDA.

A introdução da variável pertencer ao G8, mostra uma relação inversa, estatisticamente significativa, com o Índice de Divulgação Ambiental, que uma vez mais mostra que as empresas pertencentes a esta amostra divulgam menos.

Modelo 3 – Grupo GRI

Com o objetivo de responder às sub-hipóteses de investigação já mencionadas anteriormente, procedeu-se à análise multivariada dos dados com o fim de melhor compreender a relação entre o nível de divulgação e os fatores tido como relevantes para explicar a variação do índice de divulgação de informação de natureza ambiental, de modo a percebermos se existem diferenças com relevância estatística entre empresas pertencentes ao G8 e as empresas que não são incluídas nesse grupo.

Tabela 22: Modelo 3 – Amostra GRI

		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
Dentro do G8	Constante	20,199		4,087	0
	RENT – GRI	-,073	-,099	-,318	,755
	TAM_A – GRI	8,337E-6	,144	,464	,649
	R ²	4,9			
		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
Fora do G8	Constante	31,211		12,128	,000
	RENT – GRI	-,123	-,347	-1,574	,135
	TAM_A – GRI	7,464E-6	,271	1,246	,231

	CER – GRI			
		-2,882	-,305	-1,368
R ²		26		,190

TAM_A – GRI Tamanho da empresa utilizando a variável ativo da Amostra GRI; RENT – GRI: Rentabilidade Amostra GRI; e CER – GRI: Certificação Amostra GRI.

A Certificação foi excluída da análise no que diz respeito às empresas pertencentes ao Grupo G8, este fato deveu-se a todas as observações terem certificação da ISO 14001 no período em estudo ou seja para as empresas que divulgam GRI e pertencem ao G8 a variável é constante.

Conforme se pode verificar nenhuma das sub-hipóteses foi verificada, dado inexistir evidência estatística acerca da relação entre as variáveis, pelo que não permitem concluir sobre a existência de uma relação causa-efeito entre as mesmas.

Em suma, o modelo das empresas que não pertencem ao grupo de países G8, foi aquele que mais viu a capacidade explicativa ser aumentada, no seu conjunto as variáveis explicativas utilizadas explicam 26% da variação da variável dependente IDA.

8.1.3 Análise crítica dos resultados – Amostra GRI

Com intuito de analisar a robustez dos resultados utilizados, fomos reutilizar o mesmo modelo, mas com recurso a uma variável alternativa (TAM_V+PS – GRI), com o objetivo de analisar se os resultados obtidos se mantinham, ou se sofriam alterações. A tabela n.º 23 mostra o resultado ao utilizarmos o volume de negócios como variável alternativa para aferir sobre o tamanho da sociedade.

Modelo 1.2 – Amostra GRI

Tabela 23: Modelo 1.2 – Amostra GRI

		Coefficiente	Coefficiente beta	t	Sig
GRI - Total	Constante	35,300		5,957	,000
	H 1: RENT – GRI	-,186	-,217	-1,361	,182
	H2: TAM_V+PS – GRI	-2,092E-5	-,131	-,828	,413

H 3: CER – GRI	-7,631	-,243	-1,520	,137
R²	10,4			

TAM_A – GRI Tamanho da empresa utilizando a variável ativo da Amostra GRI; **RENT – GRI**: Rentabilidade Amostra GRI; e **CER – GRI**: Certificação Amostra GRI.

Ao analisar o Tabela n.º 23, pode verificar-se que relativamente à hipótese H2 não existe qualquer resultado estatisticamente significativo que indicie relação entre a dimensão e o nível de divulgação, conduzindo assim novamente à rejeição da hipótese H2.

Ou seja não existe relação estatisticamente significativa entre o nível de divulgação e a dimensão tanto utilizando como fator de dimensão o valor do Ativo como utilizando o Volume de Negócios.

Face ao exposto foi possível então concluir que os novos resultados não alteram significativamente as relações entre as variáveis, nem as conclusões anteriormente obtidas, com base nos modelos inicialmente definidos. Estes resultados permitem-nos concluir que as variáveis inicialmente definidas no nosso modelo são robustas quanto aos resultados apresentados.

PARTE IV – CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E PERSPETIVAS FUTURAS

Nesta parte do presente trabalho serão apresentadas, através de uma síntese global, as conclusões do presente estudo, nomeadamente as que resultaram das análises univariada, bivariada e multivariada. Serão também referidas as limitações da presente investigação, assim como referidas sugestões para futuras investigações.

9. Conclusão

A já assumida crescente preocupação com as matérias ambientais e a RS por parte das empresas, tem vindo a aumentar o nível de divulgação de informação voluntária, tendo como objetivo informar todas as partes interessadas da imagem verdadeira e apropriada da empresa, obtendo com isso alguns benefícios como ganhar competitividade no universo empresarial. O conceito de RS é especialmente promovido pelas grandes empresas, contudo as práticas socialmente responsáveis têm ganho pertinência em entidades de todo o tipo e dimensão (CCE, 2001).

A presente dissertação teve como principal objetivo analisar qual a evolução da divulgação que as empresas petrolíferas atribuem à estrutura da GRI, nomeadamente ao guia das Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade 2011 (Versão 3.1), tentando perceber assim se podem ou não contribuir para o nível de divulgação das práticas relacionadas com as matérias ambientais.

De um modo geral, o que se procurou saber foi se as práticas de relato ambiental das empresas são ou não influenciadas pelo facto de pertencerem ou não ao chamado Grupo G8. Para o efeito recorremos às variáveis (P_G8) e (F_G8), que representam, respetivamente, se pertencem ao grupo de países que faz parte do grupo G8; e se estão fora do grupo G8. Para além das referidas variáveis explicativas foram tidas em consideração as características gerais da sociedade, as variáveis representativas do tamanho da sociedade (TAM), da rentabilidade da sociedade (RENT) e da certificação da ISO 14001 (CERT), foram introduzidas como variáveis de controlo.

Da análise descritiva e em resposta ao grau de divulgação que as empresas petrolíferas atribuem à estrutura da GRI, pode-se concluir que das empresas pertencentes ao G8, os valores dos aspetos divulgados para os 4 anos em estudo são inconstantes. Os aspetos mais divulgados são o “Geral”, “Conformidade” e “Energia. Podemos ainda verificar que os aspetos “Transportes” e “Materiais” são os menos divulgados. Já no que diz respeito aos países Fora do G8 não existe diferenças significativas entre o nível de divulgação de informação ambiental nos anos em estudo, os aspetos mais divulgados são a “Conformidade” e “Materiais. As empresas não pertencentes ao G8 que mostram um maior nível de divulgação.

Com o intuito de comparar a evolução da divulgação nos países pertencentes e não pertencentes ao G8, foi também desenvolvido um índice de divulgação ambiental, os resultados obtidos dizem que as entidades que integram o G8 e as que estão Fora do G8 divulgam em média 24 em 30 indicadores ambientais dos possíveis de ser divulgados.

Ao observar as correlações existentes na análise à amostra total das empresas, verificamos que de uma forma geral as variáveis não se encontram fortemente correlacionadas. A variável de controlo Certificação é a que apresenta uma correlação mais elevada com a variável dependente Práticas de Responsabilidade Social (PRS). Optamos ainda por realizar uma análise multivariada recorrer à regressão linear, de 3 Modelos: O modelo 1, pretendia avaliar o impacto das variáveis de controlo na explicação das práticas de divulgação de RS; O Modelo 2 procurou aferir qual o impacto da introdução da variável Pertencente ao G8 (P_G8); e No Modelo 3 analisamos em que medida o facto de as sociedades Fora do G8 são determinantes das práticas de relato de RS. Os resultados alcançados mostraram a existência de uma relação positiva, e significativa do ponto de vista estatístico, entre certificação da sociedade e as práticas de relato de RS. A certificação (CERT) é a variável explicava da nossa Amostra Total, para qualquer um dos modelos.

Voltamos à análise do Grupo GRI e analisamos as correlações existentes, entre as variáveis explicativas, verificamos que as variáveis não estão fortemente correlacionadas. Ao observar as correlações entre as variáveis explicativas, de forma separada dos países pertencentes e não pertencentes ao Grupo G8, verificamos que de uma forma geral as variáveis também não se encontram fortemente correlacionadas. Para avaliar o impacto das variáveis de controlo na explicação do índice de divulgação Ambiental, recorreremos à análise

multivariada de modo a responder às H1, H2 e H3, os resultados obtidos mostram que o modelo tem uma capacidade explicativa reduzida. Para além disso, nenhuma das variáveis dependentes tem significância estatística. O nosso segundo modelo das empresas GRI, foi aquele que mostrou maior capacidade explicativa. A introdução da variável pertencer ao G8, mostra uma relação inversa, estatisticamente significativa, com o Índice de Divulgação Ambiental. Num terceiro modelo analisamos os países pertencentes e não pertencentes ao G8 separadamente nenhuma das sub-hipóteses foi verificada, dado inexistir evidência estatística acerca da relação entre as variáveis, pelo que não permitem concluir sobre a existência de uma relação causa-efeito entre as mesmas.

10. Limitações do estudo

No sentido de alcançar os objetivos deste estudo, eram necessários dois critérios essenciais: em algum momento a empresa ter publicado o seu primeiro relatório de sustentabilidade e ter disponíveis os relatórios e contas anuais para os cinco anos anteriores a 2013. A dimensão da amostra foi assim sofrendo restrições desde a escolha do universo inicial, até à sua determinação final, o que por vezes ainda não é suficiente para chegar a conclusões sobre os determinantes da divulgação voluntária de informação ambiental. Em resultado da reduzida dimensão da amostra, as conclusões acabam por poder estar enviesadas, por estes serem compostos por um reduzido número de empresas.

A análise de conteúdo, apesar de ser uma metodologia muito utilizada nos estudos sobre divulgação de aspetos de sustentabilidade, não deixa de ser uma metodologia com as suas limitações, o que, naturalmente, poderá condicionar o estudo. No entanto, foram feitos esforços no sentido de reduzir esta subjetividade.

11. Sugestões para investigação futura

Considerando as limitações acima mencionadas, podem abrir-se novos caminhos que levem a mais investigação dentro desta área. A possibilidade de efetuar o estudo com uma amostra de maior dimensão poderia acrescentar valor aos resultados encontrados. Para além de ser estudado apenas o mercado português, poderia ser interessante proceder a comparações com

outros mercados, nomeadamente, os mercados emergentes e cujas práticas de divulgações de aspetos de sustentabilidade são ainda mais recentes, procurando diferenças entre ambos.

O período temporal foi outra das limitações, porque provavelmente, se alargássemos o período temporal para um maior número de anos poderíamos analisar outras variáveis que certamente seriam interessantes para ver se influenciavam ou não a divulgação da informação ambiental. Contudo através da amostra definida não seria possível, porque não teríamos um número de empresas razoável para analisar.

12. Referências bibliográficas

- Adams, Carol; Hill, Wan-Ying; Roberts, Clare (1998) – Corporate social reporting practices in Western Europe: Legitimizing corporate behaviour? *British Accounting Review*. ISSN 0890-8389. Vol. 30, N. 1, pp. 1-21
- Alciatore, M. L. e Dee, Carol (2006) - "Environmental Disclosures in the Oil and Gas Industry", *Advances in environmental Accounting & Management*, Vol. 3, pp. 49-75.
- Archel, Pablo; Lizarraga, Fermín (2001) – Algunos determinantes de la información medioambiental divulgada por las empresas españolas cotizadas. *Revista de Contabilidad*, ISSN 1138-4891, Vol. 4, N. 7, pp.129-153, disponível em <http://www.rc-sar.es/verPdf.php?articleId=69>, acesso 02 Maio 2014.
- Archel, Pablo. (2003) - La divulgación de la información social y medioambiental de la gran empresa española en el periodo 1994-1998: situación actual y perspectivas, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, Vol. 32, N.117, pp. 571-601.
- Archel Domenh, Pablo; Fernández, Manuel; Larrinaga, Carlos (2008) – The Organizational and Operational Boundaries of Triple Bottom Line Reporting: A survey, *Environmental Management*, ISSN 1432-1009, Vol. 41, N. 1, pp. 106 – 117.
- BCSD Portugal. (2006) - Relatórios de Sustentabilidade – Motivações e Impactos. BCSD Portugal: Lisboa. Disponível em: <http://www.bcsdportugal.org/wp-content/uploads/2013/11/YMT-2006-Relatorios-Sustentabilidade-Motivacoes-Impactos.pdf>, acesso 02 Abril 2015
- Bansal, P. and Clelland, I. (2004) - Talking trash: Legitimacy, impression management, and unsystematic risk in the context of natural environment, *Academy of Management Journal*, Vol. 47, N. 1, pp. 93-103.
- Barbieri, José Carlos (2004) - *Gestão Ambiental Empresarial: Conceitos Modelos E Instrumentos*, São Paulo: Saraiva S/A Livreros e Editores, Vol. 1, pp. 328
- Barney, J., Wright, M. e Ketchen, David J., Jr. (1991) - The resource-based view of the firm: Ten years after 1991, *Journal of Management* 2001, Vol. 27, pp. 625.
- Barros, Carlos; Monteiro, Sónia (2012) – Factores determinantes da prática de divulgação ambiental no setor português da metalomecânica e metalurgia de base, In XV Encontro AECA “Nuevos caminos para Europa: El papel de las empresas y los gobiernos”, Esposende, disponível em <http://www.aeca1.org/xvencuentroaeca/cd/73h.pdf>, acesso 02 Maio 2015.
- Basseto, Luci (2010) – A incorporação da responsabilidade social e sustentabilidade: um estudo baseado no relatório de gestão 2005 da companhia paranaense de energia – COPEL. *Gestão & Produção*. ISSN 0104-530X. Vol. 17. N. 3, pp. 639-651 disponível em http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-530X2010000300016&script=sci_arttext, acesso 02 Maio 2015.
- Boesso, G. (2002) - Forms of Voluntary Disclosure: Recommendations and Business Practices in Europe and U.S., Working paper, Università degli Studi di Milano, disponível em http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=826455, acesso 02 Maio 2015.
- Branco, Manuel (2003) - La Utilizacion de Internet como meio de Suministro de Informacion sobre: Responsabilidad Social por las Empresas Cotadas. XII Congresso AECA, “Transparencia Empresarial y Sociedad de Conocimiento”.
- Branco, Manuel Castelo e Rodrigues, Lúcia Lima (1996) - Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks A legitimacy theory perspective, *Corporate Communications: na International Journal*, Vol. 11, N. 3, pp. 232-248.
- Branco, Manuel Castelo e Rodrigues, Lúcia Lima (2006) - Corporate Social Responsibility and Resourced-Based Perspectives, *Journal of Business Ethics*, Vol. 69, N. 2, p.111-132.
- Branco, Manuel Castelo e Rodrigues Lúcia Lima (2008) - Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies, *Journal of Business Ethics* Vol. 83, N. 4, pp. 685-701.
- Campbell, D. (2004) - A longitudinal and cross-sectional analysis of environmental disclosure in UK companies a research note. *The British Accounting Review*, Vol. 36, N. 1 pp. 107-117.

- Clarkson, M. E. (1995) - A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, Nova Iorque, Vol. 20 N. 1, pp. 92-117.
- Comissão das Comunidades Europeias (2001) – Livro Verde “Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas”, Bruxelas, disponível em http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001_0366pt01.pdf, acedido a 20 Abril 2015.
- Choi, J. (1999) - “An investigation of initial voluntary environmental disclosures made in Korean semi-annual financial reports”, *Pacific Accounting Review*, Vol. 11, nº 1, June, pp. 73-102.
- Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (1991) – Relatório Brundtland – Nosso Futuro Comum. 2ª Edição. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getulio Vargas.
- Deegan, C. (2002) - Introduction: the legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15, N. 3, pp. 282-311.
- Dias, A. (2009) - Relato da Sustentabilidade Empresarial: Evidência empírica nas empresas cotadas em Portugal, *Contabilidade e Gestão*, disponível em http://www.otoc.pt/downloads/files/1272993550_111-150.pdf, acedido a 02 Janeiro 2015.
- Domingos, R. (2010), - A evolução da divulgação voluntária da informação nas empresas cotadas da Euronext Lisboa do ano de 2006 a 2008, Instituto Politécnico de Lisboa - Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa, Dissertação de Mestrado, Lisboa, Portugal.
- Donaldson, T., Preston, L.E., (1995) - The Stakeholder Theory of the Corporation. *Academy of Management Review*, Vol. 20, N. 1, p.65 – 91.
- Eisenhardt, K. (1989) - Agency Theory: an assesment and review, *The Academy of Management Review*, Vol. 14, N. 1, pp. 57-74.
- ETHOS – Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial (2007), disponível em http://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2013/07/IndicadoresEthos_2013_PORT.pdf, acedido a 30 Maio 2015.
- Eugénio, Teresa (2009) – Social and Environmental Accounting: A case study on a Portuguese cement company. Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa Tese de doutoramento
- Eugénio, Teresa. (2007) - Estudo de caso: implementação de contabilidade ambiental. *Revista del Instituto International de Costos*. ISSN 1646-6896. N.1, pp. 32-59
- Eugénio, Teresa (2010) – Avanços na divulgação de informação social e ambiental pelas empresas e a Teoria da Legitimidade. *Universo Contábil*. ISSN 1809-3337. Vol. 6, N.1, pp. 102-118.
- Financial Accounting Standard Board (2001) - “Improving business reporting insights into enhancing voluntary disclosure”, disponível em http://www.fasb.org/cs/ContentServer?c=Document_C&pagename=FASB%2FDocument_C%2FDocumentPage&cid=1176156460184, acedido a 08 Março 2015
- Freeman, R. E. (1984) - Strategic management: A stakeholder approach, Versão impressão por Cambridge University Press (2010), disponível em http://books.google.pt/books?id=NpmA_qEiOpkC&printsec=frontcover&hl=pt-PT#v=onepage&q&f=false, acedido a 10 Agosto 2015
- Freeman, R. McVea, J. (2001) - A stakeholder approach to strategic management, Working-paper, Vol. 01, N. 02, pp. 189-207, disponível em <http://faculty.wvu.edu/dunnc3/rprnts.stakeholderapproach.pdf>, acedido a 08 Março 2015.
- Freeman, R. E. (2004) - The Stakeholder Approach Revisited. *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, Mering, V. 5, N. 3, pp. 228-254, disponível em http://www.zfwu.de/fileadmin/pdf/3_2004/Freeman_HansenBodeMossmeier.pdf, acedido a 09 Março 2015.
- Freitas, Ângela (2007) – Análise das divulgações ambientais nos relatórios anuais das maiores empresas portuguesas. Lisboa: Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa. Dissertação de mestrado, disponível em <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/1325>, acedido a 08 Fevereiro 2015.

Friedman, M. (1970) - The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits, New York Times Magazine, acessado em <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.htm>, acessado em 24 de Novembro 2014.

Freeman, E. (1998) - "Stakeholder theory of the modern corporation, disponível em <http://academic.udayton.edu/lawrenceulrich/Stakeholder%20Theory.pdf>, acessado a 24-01-2014.

Frost, G.R. (2007) - "The introduction of mandatory environmental reporting guidelines: Australian evidence", Abacus, Vol. 43, nº 2, pp. 190-216.

Gasparino, Marcela; Ribeiro, Máisa (2007) – Análise de relatórios de sustentabilidade, com ênfase na GRI: Comparação entre empresas do setor de papel e celulose dos EUA e Brasil. Revista de Gestão Social e Ambiental. Vol.1, N.1, pp.102-115, disponível em <http://www.revistargsa.org/rgsa/article/view/18/8>, acessado em 09 Setembro 2014.

Gray, R., Kouhy, R. e Lovers, S. (1995 - "Constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies: A methodological note", Accounting, Auditing & Accountability Journal, Vol. 8, N. 2, pp.78-101.

Gray, Rob; Bebbington, (2001) - Accounting for the environmental. 2 ed. Londres: Sage, Vol. 2, N. 2, pp. 44 – 48.

Gray, R. (2006) - Does Sustainability Reporting Improve Corporate Behaviour? Wrong Question? Right Time? Accounting and Business Research, Vol. 36, pp. 65-88.

Gloal Reporting Initiative (2007) - "Directrizes para a elaboração de relatórios de sustentabilidade, GRI 2000-2007, versão 3.0, versão portuguesa", disponível em <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Portuguese-G3-Reporting-Guidelines.pdf>, consultado a 10 Dezembro 2013.

Global Reporting Initiative (2006) - Directrizes para Relatório de Sustentabilidade, disponível em <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Portuguese-G3-Reporting-Guidelines.pdf>, acessado em 10 Janeiro 2014.

Gloal Reporting Initiative (2012) - "G4 Developments", disponível em <https://www.globalreporting.org/reporting/latest-guidelines/g4-developments/Pages/default.aspx>, acessado a 03 Março 2014.

Gomes, Sónia; Eugénio, Teresa (2012) – Auditoria aos relatórios de sustentabilidade das empresas portuguesas – Uma visão sobre o estado da arte. In XV Encuentro AECA "Nuevos caminos para Europa: El papel de las empresas y los gobiernos". Esposende.

Hassan, Mohamat (2004) – The information quality of derivate disclosures in corporate annual reports of Australian firms in the extractive industries, Malásia: Universiti Kebangsaan Malaysia, Tese de doutoramento, disponível em http://eprints.qut.edu.au/15962/1/Mohamat_Sabri_Hassan_Thesis.pdf, acessado em 10 Agosto 2014.

IEA (2004). World energy outlook 2004. IEA, disponível em <http://www.worldenergyoutlook.org/media/weowebiste/2008-1994/weo2004.pdf>, acessado em 10 Janeiro 2015.

International Organization for Standardization (ISO), disponível em <http://www.iso.org/iso/home.html>, acessado a 10 Janeiro 2014.

International Organization for Standardization (ISO), disponível em <http://www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm>, acessado a 10 Janeiro 2015.

Jesen, M.; Meckling, W. (1976) - Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure, Journal of Financial Economics, Vol. 3, N. 4, pp. 305-360.

KPMG (2006) - "Estudo da KPMG sobre a publicação de relatórios de sustentabilidade em Portugal", KPMG Advisory – Consultores de Gestão, Portugal.

KPMG (2012) – "Relatórios de Sustentabilidade da GRI" - Global Reporting Initiative, disponível em <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Portuguese-Starting-Points-2-G3.1.pdf>, acessado em Março 2015.

- LABJOR – Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo. O Resultado Económico e ambiental de armazenar CO2 em reservatórios de petróleo disponível em http://www.labjor.unicamp.br/midiaciencia/article.php3?id_article=435., acedido a 03 Março 2015.
- Lang, M. y Lundholm, R. (1993) - Cross-sectional determinants of analyst ratings of corporate disclosures, *Journal of Accounting Research*, Vol. 31, N. 2, pp. 246-271.
- Logsdon, J., & Lewellyn, P. (2000) - Expanding Accountability to Stakeholders: Trends and Predictions, *Business and Society Review*, Vol. 105, N. 4, pp. 419 – 435.
- Lopes, Patrícia; Rodrigues, Lúcia (2007) – Accounting for Financial Instruments: An Analysis of the determinants of disclosure in the Portuguese stock exchange. *The International Journal of Accounting*, disponível em http://www.fep.up.pt/docentes/patricia/paper_eaa05.pdf, acedido a 03 Fevereiro 2015.
- Lopes, A.B. Martins, E. (2005) - Teoria da contabilidade: uma nova abordagem. São Paulo: Atlas, Vol. 1, N.1.
- Maroco, J.; *Análise Estatística* (2003) – Com utilização do SPSS, 2ª edição; Edições Sílabo.
- Maside e Sanfiz (2001) - A empresa galega ante o século XXI, *Revista Galega de Economía, Publicación Interdisciplinar da Faculdade de Ciências Económicas e Empresariais*, Vol. 10, N. 2, pp. 299-324;
- Meek, G.; Roberts, C. & Gray, S. (1995) - Factors influencing voluntary annual report disclosures by US, UK and Continental Europe. *Journal of International Business Studies*, Third Quarter, Vol. 26, N. 3, pp. 555-572.
- Moneva, José; Llena, Fernando (1996) – Analisis de la informacion sobre responsabilidad social en las empresas industriales que cotizan en bolsa. *Revista Espanola de Financiacion Y contabilidad*, Vol. 26, N. 87, pp. 361-401.
- Moneva, José; Llena, Fernando (2000) - Environmental disclosures in the annual reports of large companies in Spain. *European Accounting Review*. Vol. 9, N. 1 pp. 7-29.
- Moneva, José; Llena, Fernand; Lamedra, Ingrid (2005) – Calidad de los informes de sostenibilidad de las empresas españolas. In XIII Congreso AECA “Armonización y Gobierno de la Diversidad”, Oviedo.
- Monteiro, S. (2007) - Factores explicativos do grau de divulgação ambiental em grandes empresas a operar em Portugal: *Análise univariada, Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*, pp.1006-1023, disponível em <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2233287.pdf>, acedido em Agosto de 2015.
- Morhardt, J., Baird, S., Freeman, K., (2002) - Scoring Corporate Environmental And Sustainability Reports Using Gri 2000, Iso 14031 And Other Criteria. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 9, N. 4, pp. 215 – 23.
- Nações Unidas (2012) - Indicators of Sustainable Development: Guidelines and Methodologies, Nova Iorque, disponível em <http://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/guidelines.pdf>, acedido em 10 Abril 2015.
- O'Donovan, G. (2002) - Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15, N. 3, pp. 344-371.
- Porter, M. e Van der Linde, C. (1995) - Toward a New Conception of the Environment-Competitiveness Relationship. *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 9, N. 4, pp. 97-118.
- Porter, Michael E. (1999) - Vantagem competitiva, Rio de Janeiro, Campus, pp. 167-209, disponível em <http://www.latec.uff.br/mestrado/ADE%20Site/Texto%2014.pdf>, acedido em 20 Mar. 2015.
- Porter, Michael E. e M. R. Kramer (2006) - Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility, *Harvard Business Review*, Vol. 84, N. 12, pp. 78-92.
- Reis, E., Melo, P., Andrade, R., Calapez, T., (1997) - Estatística Aplicada. Volume 2, Edições Sílabo.
- Rodriguez, Luís; Gallego, Isabel; Garcia, Isabel (2010) - Determinantes de la divulgación voluntaria de información estratégica en internet: un estudio de las empresas españolas cotizadas. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*. ISSN 1019-6838. Vol.19, N. 1, pp. 9-26 disponível em <http://www.aedem-virtual.com/articulos/126821232100.pdf>, acedido em Março 2015.

Romero, Silvia; Ruiz, Silvia; Fernández-Feijóo, Belén (2010) - Assurance Statement for Sustainability Reports: the Case of Spain. Proceedings of the Northeast Business & Economics Association, pp. 105 – 112.

Rover, Suliani; Tomazzia, Eduardo; Murcia, Fernando; Borba, José (2012) - Explicações para a divulgação voluntária ambiental no Brasil utilizando a análise de regressão em painel. Revista de Administração, São Paulo, V. 47, N. 2, pp.217-230.

Silva, Valquiria Brilhador; Crispim, Jefferson de Queiroz (2001) - Um breve relato sobre a questão ambiental. Revista Geomae. ISSN 2178-3306, V. 2, N. 1, p.163 – 175, disponível em http://www.fecilcam.br/revista/index.php/geomae/article/viewFile/30/pdf_24, acesso em 20 Agosto 2014.

Silvestre, António (2007) – Análise de dados e estatística descritiva. Lisboa: Escolar Editora. ISBN 9789725922088

Wilson, R. (1968) - The theory of syndicates. Econometrica, Vol. 36, N. 1, pp. 119, disponível em <http://links.jstor.org/sici?sici=0012-9682%28196801%2936%3A1%3C119%3ATTOS%3E2.0.CO%3B2-J>, acedido a 14 Abril 2015.

Wood, Donna J. (1991) - Corporate Social Performance Revisited, Academy of Management Review, Nova Iorque, V. 16, N. 4, pp. 691-718.

Anexo A: Global Reporting Initiative - GRI.

Diretriz	Descrição
1. Estratégia e análise	
1.1	Declaração do Presidente ou equivalentes.
1.2	Principais impactos, riscos e oportunidades.
2. Perfil Organizacional	
2.1	Nome da organização.
2.2	Principais marcas, produtos e/ou serviços.
2.3	Estrutura operacional.
2.4	Localização da sede.
2.5	Países em que a organização opera.
2.6	Tipo e natureza jurídica.
2.7	Mercados atendidos.
2.8	Porte da organização.
2.9	Principais mudanças durante o período coberto pelo relatório.
2.10	Prémios recebido.
3. Parâmetros para o Relatório	
3.1	Período coberto pelo relatório.
3.2	Data do relatório anterior mais recente.
3.3	Ciclo de emissão de relatórios.
3.4	Dados para contacto em caso de perguntas.
3.5	Processo para definição de conteúdo do relatório.
3.6	Limite do relatório.
3.7	Limitações quanto ao escopo ou ao limite do relatório.
3.8	<i>Joint ventures</i> , subsidiárias, instalações arrendadas, operações.
3.9	Técnicas de medição de dados e as bases de cálculos.
3.10	Consequências de reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores.
3.11	Mudanças significativas no escopo, limite ou métodos de medição.

3.12	Tabela que identifica a localização das informações no relatório.
3.13	Política e prática atual relativa à busca de verificação externa para o relatório.

4. Governança, gestão e política

4.1	Estrutura de governação.
4.2	Indicação caso o presidente do mais alto órgão de governança também seja um diretor executivo.
4.3	Número de membros independentes ou não executivos do mais alto órgão de governança.
4.4	Mecanismos para que acionistas e empregados façam recomendações ou de em orientações ao mais alto órgão de governança.
4.5	Relação entre remuneração para membros do mais alto órgão de governança e o desempenho da organização (incluindo desempenho social e ambiental).
4.6	Processos em vigor no mais alto órgão de governança para assegurar que conflitos de interesse sejam evitados.
4.7	Processo para determinação das qualificações dos Membros do mais alto órgão de governança para definir a estratégia da organização para questões relacionadas a temas económicos, ambientais e sociais.
4.8	Declarações de missão e valores, códigos de conduta e princípios internos
4.9	Procedimentos do mais alto órgão de governança para supervisionar a identificação e gestão do desempenho económico, ambiental e social.
4.10	Autoavaliação do desempenho do mais alto órgão de governação e compromissos com iniciativas externas.
4.11	Explicação de como a organização aplica o princípio da precaução.
4.12	Cartas, princípios ou outras iniciativas que a organização subscreve ou endossa.
4.13	Participação em associações e/ou organismo nacionais/ internacionais de defesa.
4.14	Relação de grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização.
4.15	Base para a identificação e seleção de <i>stakeholders</i> com os quais se engajar.
4.16	Abordagem para o engajamento dos <i>stakeholders</i> .
4.17	Principais temas e preocupações que foram levantados por meio do engajamento dos <i>stakeholders</i> .

5. Desempenho Ambiental

Aspeto: Materiais	
EN1	Materiais usados por peso ou por volume
EN2	Porcentagem dos materiais utilizados provenientes de reciclagem
Aspeto: Energia	

EN3	Consumo direto de energia, discriminado por fonte de energia primária
EN4	Consumo indireto de energia, discriminado por fonte primária
EN5	Total de energia economizada devido a melhorias em conservação e eficiência
EN6	Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia, ou que usem energias renováveis, e para a redução na necessidade de energia resultante dessas iniciativas
EN7	Iniciativas para reduzir o consumo indireto de energia e as reduções obtidas
Aspeto: Água	
EN8	Consumo total de água, por fonte
EN9	Fontes hídricas significativamente afetadas pelo consumo de água
EN10	Porcentagem e volume total de água reciclada e reutilizada
Aspeto: Biodiversidade	
EN11	Localização e tamanho da área possuída, arrendada ou administrada dentro de áreas protegidas, ou adjacente a elas, e áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas
EN12	Descrição de impactos significativos na biodiversidade de atividades, produtos e serviços em áreas protegidas e em áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas
EN13	Habitats protegidos ou recuperados
EN14	Estratégias de gestão de impactos na biodiversidade
EN15	Número de espécies na Lista Vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação das espécies com habitats em áreas afetadas por operações, discriminadas pelo nível de risco de extinção
Aspeto: Emissões, efluentes e resíduos	
EN16	Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa, por peso
EN17	Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeito estufa, por peso
EN18	Iniciativas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa e as reduções obtidas
EN19	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozono, por peso
EN20	NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e peso
EN21	Descarga total de água, por qualidade e destino
EN22	Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição
EN23	Número e volume total de derramamentos significativos
EN24	Peso de resíduos transportados, importados, exportados ou tratados considerados perigosos nos termos da Convenção da Basileia – Anexos I, II, III e VIII, e percentagem de resíduos transportados internacionalmente

EN25	Identificação, dimensão, estatuto de proteção e índice de biodiversidade de recursos híbridos e habitats relacionados, significativamente afetados por descargas de água e escoamento superficial
Aspeto: Produtos e serviço	
EN26	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços e grau de redução desses impactos
EN27	Percentagem de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produto
Aspeto: Conformidade	
EN28	Valor monetário de coimas significativas e número total de sanções não-monetárias resultantes do não cumprimento da lei e regulamentos ambientais
Aspeto: Transporte	
EN29	Impactos ambientais significativos, do transporte de produtos e outros bens e materiais utilizados nas operações da organização, bem como do transporte de trabalhadores
Aspeto: Geral	
EN30	Total de investimentos e gastos em proteção ambiental, por tipo

Fonte: Adaptado da GRI G3.1 (2011)

Anexo B – Lista das empresas que constituem a população em estudo e o respectivo *website*

Pertencentes ao G8:

Empresa	País	Diretrizes do GRI	Website
BG Group	Reino Unido	Não	http://www.bg-group.com/
BP	Reino Unido	Não	http://www.bp.com/
Gazprom	Rússia	Sim	http://www.gazprom.com/
Lukoil	Rússia	Sim	http://www.lukoil.com/
Rosneft	Rússia	Sim	http://www.rosneft.com/
Surgutneftgas	Rússia	Não	http://www.surgutneftgas.ru/
Transneft	Rússia	Nao	http://transneft.ru/
Eni	Itália	Sim	http://www.eni.com/
Total	França	Não	http://www.total.com/

Fora do G8:

Empresa	País	Diretrizes do GRI	Website
Repsol	Espanhã	Sim	http://www.repsol.com/
Petronor	Espanhã	Não	http://petronorgroup.com/
Cepsa	Espanhã	Não	http://www.cepsa.com/
OGX	Brasil	Não	http://www.ogx.com.br/
Petrobras	Brasil	Sim	http://www.petrobras.com.br/
HRT	Brasil	Não	http://ri.petroriosa.com.br/
Petoro	Noruega	Nao	https://www.petoro.no/
Statoil	Noruega	Sim	http://www.statoil.com/
Galp	Portugal	Sim	http://www.galpennergia.com/
Shell	Holanda	Não	http://www.shell.com/

Anexo C: Divulgação por indicador

Ano 2008	Materiais		Energia					Água			Biodiversidade					Emissões, Efluentes e Resíduos										Produtos e Serviços		Conformidade	Transporte	Geral
EN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
G8																														
Gazprom – Rússia;	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1
Lukoil – Rússia;	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1
Rosneft – Rússia;	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1
Eni- Itália;	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1
	0,75	0,25	0,5	0,25	0,75	0,75	0,5	1	0,25	1	0,75	0,25	0,75	0,75	0	0,75	0,25	1	0,75	1	0,75	1	0,75	0,25	0	0,75	0	1	0,25	1
	0,375		0,55					0,75			0,5					0,65										0,375		1	0,25	1
Fora do G8																														
Repsol – Espanha;	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Petobras – Brasil;	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Statoil – Noruega;	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0
Galp – Portugal;	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0,75	1	1	0,75	1	0,75	1	0,75	1	0,5	1	1	1	1	0,5	0,75	1	1	1	1	0,75
	1		1					0,92			0,9					0,85										1		1	1	0,75

Ano 2009	Materiais		Energia					Água			Biodiversidade					Emissões, Efluentes e Resíduos										Produtos e Serviços		Conformidade	Transporte	Geral
EN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
G8																														
Gazprom – Rússia;	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1
Lukoil – Rússia;	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1

Galp – Portugal;	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	
	1	1	1	1	1	1	0,75	1	0,75	1	1	1	1	1	0,75	1	0,5	0,75	0,5	1	1	1	0,75	0,25	0,5	1	0,75	1	0,75	0,75
	1		0,95					0,92			0,95					0,73										0,875		1	0,75	0,75

Ano 2011	Materiais		Energia					Água			Biodiversidade					Emissões, Efluentes e Resíduos										Produtos e Serviços		Conformidade	Transporte	Geral
EN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
G8																														
Gazprom – Rússia;	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1
Lukoil – Rússia;	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1
Rosneft – Rússia;	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1
Eni- Itália;	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1
	0,5	0,25	1	1	1	0,75	1	1	0,25	1	0,75	1	0,75	0,75	0	1	0,5	0,75	0,5	1	1	1	1	0,5	0	0,75	0,25	0,75	0,25	1
	0,375		0,95					0,75			0,65					0,725										0,5		0,75	0,25	1
Fora do G8																														
Repsol – Espanha;	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1
Petobras – Brasil;	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1
Statoil – Noruega;	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1
Galp – Portugal;	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1
	0,5	0,25	1	1	1	0,75	1	1	0,25	1	0,75	1	0,75	0,75	0	1	0,5	0,75	0,5	1	1	1	1	0,5	0	0,75	0,25	0,75	0,25	1
	0,375		0,95					0,75			0,65					0,725										0,5		0,75	0,25	1

Ano 2012	Materiais		Energia					Água			Biodiversidade					Emissões, Efluentes e Resíduos										Produtos e Serviços		Conformidade	Transporte	Geral
EN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
G8																														
Gazprom – Rússia;	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1
Lukoil – Rússia;	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1
Rosneft – Rússia;	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1
Eni- Itália;	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
	0,75	0,25	0,75	1	1	0,75	0,75	1	0,5	1	0,5	1	0,5	0,75	0,5	1	0,75	0,75	1	1	1	1	0,75	0,25	0,25	1	0,25	0,75	0,25	1
	0,5		0,85					0,83			0,65					0,775										0,625		0,75	0,25	1
Fora do G8																														
Repsol – Espanha;	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Petobras – Brasil;	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Statoil – Noruega;	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0
Galp – Portugal;	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
	1	1	1	1	1	1	1	1	0,75	1	1	1	0,75	0,75	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0,5	0,75	1	1	1	1	0,75
	1		1					0,92			0,9					0,93										1		1	1	0,75