

DIVULGAÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA NOS BANCOS ATUANTES NO BRASIL E FRANÇA

1. INTRODUÇÃO

A responsabilidade social corporativa (RSC) pode ser entendida como a boa relação entre as firmas e suas partes interessadas, como clientes, fornecedores, empregados e Estado. Nas últimas três décadas, a responsabilidade social corporativa tem recebido uma grande atenção por parte da literatura (Coluccia, Fontana, & Solimene, 2018), uma vez que a divulgação de RSC pode auxiliar investidores na tomada de decisão, fornecer informações úteis aos clientes, organizações não-governamentais e fornecedores (Cubilla-Montilla, Nieto-Librero, Galindo-Villardón, Vicente Galindo, & Garcia-Sanchez, 2019).

Nessa perspectiva, diversas pesquisas têm buscado encontrar se diferentes contextos institucionais podem influenciar a divulgação de RSC (García-Sánchez, Rodríguez-Ariza, & Frías-Aceituno, 2013; Jensen & Berg, 2012; Miniaoui, Chibani, & Hussainey, 2019; Mohamed Adnan, Hay, & van Staden, 2018).

Por exemplo, Soares, Pinheiro, Abreu, e Marino (2018) encontraram que empresas de setores ambientalmente sensíveis divulgam mais informações socioambientais, quando presentes em países emergentes. Conforme exposto nos achados do estudo, empresas brasileiras e indianas tendem a ser mais transparentes do que empresas australianas e canadenses. Miniaoui, Chibani, e Hussainey, (2019) ressaltam que o efeito crescente da RSC em nível de país é mais percebido em empresas no ambiente jurídico e regulatório anglo-americano e menos pronunciado para aquelas no ambiente institucional Euro-Continental. Oliveira, Ponte Junior, e Oliveira (2013) perceberam que entre empresas brasileiras e francesas, percebe-se maior transparência nas divulgações das firmas francesas. Dessa forma, reforça-se a premissa de que aspectos institucionais podem influenciar na divulgação de informações.

A divulgação de aspectos de RSC, pode desvendar importantes informações em relação as firmas. Dessa forma, cabe ressaltar a Teoria da Sinalização, a qual caracteriza-se por ser compreendida como meio de comunicação entre as partes contratuais de uma transação econômica, onde a parte com um maior acesso à informação apresenta suas características ainda não descobertas pela outra parte através da emissão de sinais (Spence, 2002). Logo, o gerenciamento comprometido com o desenvolvimento sustentável tende a enviar sinais positivos para o mercado. Por exemplo, a visão da empresa declara e sinaliza aos *stakeholders* o grau de comprometimento da organização com a sustentabilidade (Bae, Masud, & Kim, 2018). Para tanto, subentendesse que os relatórios de responsabilidade social corporativa podem ser considerados também como sinais.

Diante desse contexto, o presente estudo tem por questão de pesquisa direcionadora: Qual o nível de divulgação de RSC das empresas do setor bancário brasileiro e francês? Para respondê-la o estudo tem por objetivo investigar o nível de divulgação de RSC dos bancos brasileiros e franceses. Caracteriza-se como um estudo quantitativo e descritivo. Foram analisados 8 indicadores ambientais e 24 indicadores sociais das empresas atuantes no Brasil e França, durante os anos de 2015, 2016 e 2017. O setor bancário foi escolhido pela sua importância para o desenvolvimento de ambos os países analisados sendo que ainda, apresenta um impacto direto no meio ambiente. Além disso, os bancos podem relatar o que estão fazendo para garantir que seus empréstimos e políticas de investimento não facilitem as atividades danosas ao meio ambiente (Branco & Rodrigues, 2006).

A pesquisa justifica-se por diversas razões. Em primeiro lugar, a maioria das pesquisas sobre RSC analisa países desenvolvidos, existindo poucas pesquisas que comparam a divulgação em países com diferentes graus de desenvolvimento econômico (Arrive & Feng, 2018). Em segundo lugar, a maioria dos estudos analisa apenas um contexto institucional (país)

em relação à RSC. Os estudos *cross-national* trazem avanço para a área (Tran, 2018). Terceiro, existe ainda uma ausência de estudos sobre divulgação ambiental no setor bancário brasileiro (Forte, Santos Neto, Nobre, Nobre, & Queiroz, 2015).

Nesse sentido, e baseados na Teoria da Sinalização, o estudo pretende trazer novas evidências de como diferentes ambientes institucionais possuem diferentes níveis de divulgação de RSC. Os resultados dessa pesquisa pretendem contribuir em três níveis. No nível acadêmico, acrescentam-se novas evidências aos estudos de RSC em países emergentes e desenvolvidos. No nível gerencial, sugere-se que empresas podem investir mais recursos financeiros na elaboração do relatório de sustentabilidade, quando localizadas em países desenvolvidos. No nível governamental, percebe-se que o ambiente institucional do país tem influência no comportamento responsável de suas empresas.

A presente pesquisa está estruturada da seguinte forma. Após a introdução, são apresentadas a abordagem teórica e a revisão da literatura, bem como as hipóteses desenvolvidas. Em seguida, na metodologia são apresentadas, com detalhe, a tipologia da pesquisa, a amostra e as variáveis analisadas. Na seção posterior, são apresentados os resultados obtidos, bem como a discussão dos resultados com base na seção de revisão da literatura. Finalmente, a última seção apresenta as conclusões, implicações práticas e teóricas para o campo, as limitações e as sugestões para pesquisas vindouras.

2. REVISÃO DA LITERATURA

Essa seção apresenta os aspectos da Teoria da Sinalização e da Divulgação de responsabilidade social corporativa, fundamentais para a compreensão dos resultados encontrados, bem como a hipótese de estudo desenvolvida.

2.1 Divulgação de Responsabilidade Social Corporativa

A RSC se destaca como um dos temas mais relevantes do século XXI e teve um aumento representativo de pesquisas principalmente a partir dos anos 1990 (Souza & Ribeiro, 2013; Azim, 2016). Turker (2009) ressalta que esse tema está atrelado à criação de reflexos positivos para as organizações e para os seus *stakeholders*.

Geralmente, a RSC está ligada ao desempenho empresarial percebido pelos *stakeholders* (Carroll, 1991) considerando que quanto maior o desenvolvimento e implementação da RSC, mais próxima se torna a relação da empresa com as partes interessadas. (Freguete, Nossa & Funchal, 2015).

Objeto de estudos há décadas (Gray et al., 1995; Mathews, 1997; Owen, 2008; Adnan, Hay & Staden, 2018) o assunto ganhou força nos últimos anos, onde surgiram diversos questionamentos em relação a sua eficiência diante das empresas e por conta disso ocorreu a ampliação da lacuna de pesquisa. Apesar de pesquisas anteriores fornecerem diversas respostas sobre os fatores que impactam nos relatórios de RSC (Hackston & Milne, 1996; Owen, 2008; Belal, 2008), ainda existem dúvidas em relação aos aspectos internos que influenciam nos relatórios de RSC. Alguns autores destacam fatores como: país, contexto cultural, cultura corporativa, governança, certificação ambiental, desempenho ambiental, setor econômico, entre outros (Adams & Kuasirikun, 2000; Sumiani, Haslinda & Lehman, 2007; Clarkson, Li, & Richardson, 2008; Amran, Devi, 2008).

Sabe-se que a divulgação corporativa é essencial para o funcionamento de um mercado de capitais eficiente. As firmas fornecem informações aos *stakeholders* por meio de relatórios financeiros regulamentados, como demonstrações financeiras, notas de rodapé, análise gerencial e outros registros normativos (Healy & Palepu, 2001). Nesse sentido, as questões de RSC são

reveladas as partes interessadas através dos relatórios de sustentabilidade. Esse termo relatório de sustentabilidade é usado como sinônimo de outros vocábulos, como relatório ambiental, relatório social, relatório de RSC, relatório anual de práticas sustentáveis e relatório verde.

Nesse contexto, a divulgação de questões socioambientais tem sido realizada pelas firmas desde o início dos relatórios financeiros (Tschopp, Wells, & Barney, 2012; Waller & Lanis, 2009). Todavia, nos últimos 25 anos, tem havido uma pressão pública pelo aumento das informações socioambientais, gerando uma evolução nos relatórios de sustentabilidade, como uma ferramenta para as firmas gerenciarem e equilibrarem seus esforços produtivos com o meio ambiente e a comunidade local onde atuam (Christofi, Christofi, & Sisaye, 2012).

Na década de 1970, muitos esforços para a divulgação socioambiental falharam devido à ausência de padrão, conteúdo e medição dos relatórios (Tschopp et al., 2012). Já os anos de 1980, foram marcados pelo *greenwashing*, no qual as firmas se utilizaram dos relatórios ambientais como uma estratégia de *marketing*, a fim de ludibriar os consumidores. No início dos anos 90, surgiram relatórios mais substantivos e confiáveis, emitidos pela Body Shop, Shell Canada e Ben & Jerry's (Owen, 2014). Hoje, esses relatórios têm tido maior qualidade nas informações, apresentando gráficos incrementais e informações qualitativas e quantitativas.

Os relatórios de sustentabilidade são, majoritariamente, publicados de forma voluntária. Existem vários motivos para as firmas realizarem essa divulgação, incluindo legitimação de suas atividades empresariais, desenvolvimento de uma imagem corporativa, antecipação às ações regulatórias. Além disso, a divulgação socioambiental pode acarretar vantagens competitivas, como um impacto positivo no preço das ações. Eles funcionam como uma prestação de contas no âmbito socioambiental aos *stakeholders* (Gray, Kouhy, & Lavers, 1995). Dessa maneira, evidenciar em RSC possibilita uma maior transparência da firma, atende as expectativas dos consumidores mais exigentes e atrai novos investimentos. Cabe ressaltar que RSC vai além das obrigações legais, atravessando também as esferas da moral e da ética.

O reporte de RSC pode ser classificado em obrigatório, solicitado e voluntário. O relatório ambiental obrigatório ocorre quando é regulado pelo estado, a fim de proteger os cidadãos. Quanto ao relatório solicitado, ele é solicitado por um ou mais grupos específicos de *stakeholders*. É uma forma de relatório mais simétrico e dialógico, uma vez que é baseado no modelo simétrico de comunicação (Golob & Bartlett, 2007). Por fim, o relatório voluntário ocorre na maior parte das firmas do mundo (Woodward, Edwards, & Birkin, 1996). A principal característica desse relatório é sua forma e conteúdo voluntários, o que pode levar as firmas a usar os relatórios para retratar sua imagem de forma favorável (Stittle, 2002).

Uma das formas de realizar a divulgação de RSC é seguindo as diretrizes de divulgação da *Global Reporting Initiative* (GRI). *Global Reporting Initiative* é uma organização sem fins lucrativos, fundada em 1997, com sede em Amsterdam, na Holanda. A GRI auxilia firmas e governos a entender e comunicar questões críticas de sustentabilidade. Essa organização tem como objetivo tomar a prática do reporte da sustentabilidade padrão entre as empresas. No entanto, apenas seguir as diretrizes da GRI não atesta que a empresa é obrigatoriamente sustentável.

As diretrizes da GRI são organizadas em três dimensões: a econômica, a ambiental e a social, conhecidas juntas como *Triple Bottom Line*. Essas dimensões compõem o padrão específico, enquanto o padrão geral envolve questões como estratégia e análise, perfil organizacional, aspectos materiais identificados e limites, engajamento de *stakeholders*, perfil do relatório, governança e ética e integridade. No âmbito econômico, a GRI propôs nove indicadores para o relato de sustentabilidade. Em geral, esses indicadores tratam sobre desempenho econômico, presença de mercado, impactos econômicos e práticas de compra da firma (Moneva, Archel, & Correa, 2006).

Nesse sentido, o âmbito ambiental tem 34 indicadores acerca de fontes de energia direta e indireta, uso da água, biodiversidade, emissão de gases poluentes na atmosfera, efluentes e

resíduos, produtos e serviços sustentáveis, conformidade com a legislação, transporte de mercadorias e avaliação de fornecedores. E, por fim, no âmbito social são 48 indicadores. Esses indicadores versam sobre emprego, relações trabalhistas, treinamento e educação, direitos humanos, trabalho infantil, corrupção e comunidades locais. Ao todo, são 91 indicadores propostos pela GRI (Moneva et al., 2006).

Os países que mais publicaram relatórios de sustentabilidade, de 1999 a 2010, seguindo as diretrizes da GRI foram: Espanha, Estados Unidos, Japão, Brasil, Austrália, Reino Unido, Holanda, África do Sul, Alemanha e Canadá, respectivamente (Campos et al., 2013). O GRI tem sido adotado por 38 diferentes setores da indústria, do agrícola ao de serviços financeiros, sendo o setor financeiro um líder na divulgação social (Branco & Rodrigues, 2006). Assim, o GRI tornou-se o padrão mais utilizado no mundo pelas firmas, ao divulgar seus relatórios de sustentabilidade (Marimon, Alonso-Almeida, Rodríguez, & Cortez Alejandro, 2012).

A divulgação de informações socioambientais pode ser influenciada pelo aspecto institucional do país, onde a firma está inserida (Ferri, 2017; Jamali & Neville, 2011; M. Oliveira, Rodrigues Júnior, Lima, & de Freitas, 2018). Dessa forma, países desenvolvidos realizam a divulgação de forma implícita, já que existe um consenso do papel de cada um dos agentes na sociedade, incluindo as firmas. Por outro lado, em países emergentes, a divulgação é feita de maneira explícita. Assim, a divulgação é motivada pelas expectativas dos *stakeholders* e pela busca da legitimação em um ambiente institucional mais instável (Matten & Moon, 2008).

Enquanto os países em desenvolvimento buscam melhorar seu desempenho econômico através das atividades empresariais, a conservação ambiental tem recebido pouca atenção. Diante disso, diversos problemas ambientais podem ser encontrados nesses ambientes institucionais, como poluição atmosférica, contaminação das águas subterrâneas, agravamento de inundações, problemas com resíduos sólidos, dentre outros (Islam & Deegan, 2008). Nessa perspectiva, a divulgação socioambiental nesses países encontra-se em estágio inicial. Assim, uma maior divulgação parece estar associada às pressões institucionais do governo sobre as empresas, enquanto as pressões de outras partes, como investidores e clientes são menores (Luo, Tang, & Lan, 2013).

Nos países desenvolvidos, estruturas institucionais possibilitam a influência da sociedade, de ONGs e de sindicatos no processo de elaboração de políticas ambientais. Eles possuem um lugar formal e institucionalizado em muitos países europeus, como Alemanha, Áustria e Itália. Dessa maneira, firmas que atuam nesses ambientes institucionais estão mais predispostas a ter uma atuação mais consciente ambientalmente (Doh & Guay, 2006). Economias desenvolvidas possuem características institucionais mais fortes e maiores pressões dos *stakeholders* para a transparência empresarial (Wanderley, Lucian, Farache, & De Sousa Filho, 2008). Além disso, os consumidores podem boicotar a marca por anos, caso ela esteja envolvida em escândalos antiéticos (Gunnarsson, 1991).

Adnan, Hay, Staden (2018), desenvolveram uma pesquisa onde os achados indicam que a qualidade da divulgação da RSC se modifica entre os países. Os autores sugerem que os relatórios de RSC nos mercados emergentes podem ser melhorados através de mudanças na estrutura de governança das empresas (Adnan, Hay & Staden, 2018).

Conforme exposto, diante de diferentes aspectos o conceito e divulgação de RSC divergem entre os países. Matten e Moon (2004) evidenciam que o conceito norte-americano de RSC está atrelado a um contexto político e estratégico. Já na Europa, a RSC têm foco na organização e responsabilidade, sendo assim mais implícito.

É perceptível o grau de importância atribuído à Responsabilidade Social, quando expostas as características que diferenciam países ou organizações. Esse estudo se destaca, por analisar além da percepção da RSC no Brasil, a análise comparativa entre Brasil e França de forma focalizada no setor financeiro o que de fato é pouco destacado em estudos anteriores.

Cabe reforçar, que a identificação de RSC no sistema financeiro é importante, visto que conforme o conceito da Teoria da Sinalização, relatórios de sustentabilidade podem ser considerados sinais de comprometimento da organização para com seus *stakeholders* o que de fato se torna positivo para o mercado (Connelly, Certo, Ireland, & Reutzel, 2011; Souza, Murcia, & Marcon, 2011).

2.2 Teoria da Sinalização

A Teoria da Sinalização pode ser compreendida como meio de comunicação entre as partes contratuais de uma transação econômica. Dessa forma, a parte com um maior acesso à informação apresenta suas características ainda não descobertas pela outra parte através da emissão de sinais (Spence, 2002). Diante disso, os sinais são formas de comunicação que possibilitam informar sobre as ações empresariais às diversas partes interessadas, reduzindo a assimetria informação entre as partes negociantes e garantindo a credibilidade (Santana, Góis, Luca, & Vasconcelos, 2015; Zerbini, 2017).

Os sinais podem possibilitar retornos financeiros, garantir boas oportunidades de negociação e de investimento, informar e assegurar aos *stakeholders* a qualidade informacional e reduzir os problemas de agência (Freitas, Kobal, Luca, & Vasconcelos, 2013). Consoante Aguiar, Fischer, e Consoni (2017), a existência de sinais auxilia na alocação eficiente de recursos e no crescimento da economia. Portanto, o funcionamento eficiente de uma firma e do mercado como um todo depende do fluxo de informações (ou sinais) entre organizações e *stakeholders*.

Nessa perspectiva, a divulgação pode ser considerada um sinal que aproxima as informações dos *stakeholders* primários e secundários. A informação que antes era de natureza privada, torna-se pública, possibilitando uma melhor relação entre as partes interessadas na atuação da firma (Connelly, Certo, Ireland, & Reutzel, 2011; Souza, Murcia, & Marcon, 2011). O gerenciamento comprometido com o desenvolvimento sustentável tende a enviar sinais positivos para o mercado. Por exemplo, a visão da empresa declara e sinaliza aos *stakeholders* o grau de comprometimento da organização com a sustentabilidade (Bae, Masud, & Kim, 2018).

Os relatórios de responsabilidade social corporativa podem ser considerados também como sinais. Esses relatórios sinalizam as partes interessadas sobre o comprometimento da empresa e a política de longo prazo para a sustentabilidade, evidenciando aspectos, como estratégias ambientais, emissão de carbono, desmatamento, políticas de tratamento dos resíduos, dentre outros. Diante disso, eles podem reduzir a assimetria informação entre a firma e seus *stakeholders*, fornecendo uma vantagem competitiva para a organização e reduzindo a lacuna de legitimidade com a sociedade (Bae et al., 2018).

As empresas são motivadas a divulgar informações favoráveis sobre seus esforços em RSC para sinalizar seu compromisso com as partes interessadas. No entanto, essa divulgação (ou sinal) precisa ser entendida como confiável e honesta para ter valor. Relatar práticas de sustentabilidade sem efetivamente a sua adoção, levará a reações adversas das partes interessadas, resultando em danos à reputação e imagem corporativa (Uyar, Karaman, & Kilic, 2020). Portanto, analisar os relatórios ambientais de forma padronizada, como através das diretrizes da *Global Reporting Initiative*, pode levar uma melhor comparação entre a quantidade e qualidade de sinais emitidos por cada firma (Papoutsis & Sodhi, 2020).

2.3 Hipótese desenvolvida

Diferenças nacionais em responsabilidade social corporativa podem ser explicadas pelos diferentes graus de desenvolvimento socioeconômico do país. Governos europeus têm se

engajado mais em atividades econômicas e sociais, contribuindo para o desenvolvimento sustentável (Matten & Moon, 2008). Nos países desenvolvidos, as empresas sofrem uma maior pressão social e institucional para agirem de forma ambientalmente correta (Jamali & Neville, 2011). Além disso, outro fator que pode contribuir para uma maior divulgação de RSC nas empresas europeias é a presença de leis que obriguem uma maior transparência socioambiental. Países emergentes podem adotar uma divulgação de RSC mandatória na tentativa de aumentar as exportações para territórios desenvolvidos. Países desenvolvidos têm sido mais cautelosos em negociar com países emergentes, a fim de evitar negociar com empresas corruptas ou ligadas ao trabalho escravo e discriminação. Países como África do Sul, China, Dinamarca, França e Malásia têm adotado o sistema mandatório de divulgação de RSC (Ramdhony, 2018).

Na França, por exemplo, desde 2012, as empresas de grande porte são obrigadas a publicarem um relatório de sustentabilidade (Chauvey, Giordano-Spring, Cho, & Patten, 2015). Nos países emergentes, como o Brasil, existe uma menor pressão social para a sustentabilidade. Nesses países, as empresas acreditam que o relatório ambiental pode melhorar a imagem corporativa e atrair mais investidores (Arrive & Feng, 2018). Oliveira, Ponte Junior e Oliveira (2013) analisaram 15 empresas brasileiras e 15 francesas, onde os achados mostraram que empresas sediadas na França são mais transparentes em RSC do que as sediadas no Brasil. As práticas de RSC tendem a ser maiores em países desenvolvidos devido à pressão dos stakeholders, consciência ambiental dos clientes, cobertura da mídia e contexto do país (Mahmood, Kouser, & Masud, 2019).

Considerando os estudos anteriores, busca-se evidenciar se os resultados se alteram quando analisado o setor bancário de forma específica. Dessa maneira, acredita-se que a divulgação de RSC tende a ser maior na França do que no Brasil conforme hipótese H1.

H1: Empresas do setor bancário que atuam na França divulgam mais informações de responsabilidade social corporativa do que empresas atuantes no Brasil.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa tem natureza quantitativa, realizada a partir de recursos bibliográficos como livros, teses e periódicos que contemplam o tema, além de um levantamento documental, por meio dos relatórios de sustentabilidade das empresas analisadas. A finalidade deste estudo é descritiva, uma vez que as informações obtidas serão registradas sem uma tentativa de explicação causa-efeito (Gil, 1999; Sampieri, Collado, & Lucio, 2013). A abordagem quantitativa objetiva validar a hipótese por meio de análise estatística, garantindo a precisão dos resultados e evitando distorção de interpretação (Marconi & Lakatos, 2003).

A população do estudo são todas as empresas presentes no site *GRI Sustainability disclosure database*. A amostra constituiu-se de 24 empresas que atuam no Brasil e 14 empresas que atuam na França. A Tabela 1 apresenta a relação das empresas utilizadas na amostra. O período de análise foram três anos: de 2015 a 2017. Esse período justifica-se porque em 2015, 193 países assinaram o Pacto Global das Organizações das Nações Unidas (ONU). Nessa ocasião, os países se comprometeram em reduzir os impactos socioambientais de suas maiores empresas no meio ambiente.

Tabela 1 – Amostra selecionada

Empresas atuantes no Brasil	Empresas atuantes na França.
Allianz Brasil, B3, Banco Bradesco, Banco da Amazônia, Banco Daycoval, Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Banco Pine, Banrisul, Brasilcap, Brasilprev, BRB Banco de Brasília, Caixa Econômica Federal, Caixa Seguros, CitiBrasil, Febraban, Grupo	AG2R, Allianz France, AXA, Caisse des dépôts, CIC Group, Compagnie Lebon, Credit Agricole, Crédit Coopératif, Crédit Foncier, Crédit mutuel, Financière de l'Odet, Finatis, LCL, Societe Generale Group.

Mapfre Brasil, Itaú Unibanco S/A, KPMG Brasil,
Porto Seguro, PREVI, Santander Brasil, Sul América,
Valia.

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

A divulgação de responsabilidade social corporativa foi medida através da metodologia de Gamerschlag, Möller, e Verbeeten (2011). Segundo os autores, a divulgação de RSC pode ser satisfatoriamente medida através da contagem do número de palavras relacionadas à sustentabilidade, presentes nos relatórios ambientais das firmas. A Tabela 2 apresenta quais palavras foram utilizadas na coleta de dados. Algumas empresas atuantes no Brasil divulgam seus relatórios em português, outras em inglês. As empresas que atuam na França divulgaram seus relatórios em francês ou inglês. Portanto, a coleta de dados deu-se nessas três línguas.

Tabela 2 – Palavras analisadas nos relatórios de sustentabilidade

Indicators	Indicateurs	Indicadores
Recycled	Recyclé	Reciclado
Energy consumption	Consommation d'énergie	Consumo de energia
Biodiversity	Biodiversité	Biodiversidade
Emissions	Émissions	Emissões
Effluents	Effluents	Efluentes
Waste	Déchets	Resíduos
Spills	Déversements	Derramamentos
Environmental impacts	Impacts environnementaux	Impactos ambientais
Employment	Emploi	Emprego
Employee turnover	Rotation	Rotatividade
Collective bargaining	Négociation collective	Barganha coletiva
Collective agreements	Conventions collectives	Acordos Coletivos
Occupational health	Santé au travail	Saúde Ocupacional
Occupational safety	Sécurité au travail	Segurança no trabalho
Training	Entraînement	Treinamento
Diversity	Diversité	Diversidade
Equal opportunities	Opportunités égales	Oportunidades iguais
Human rights	Droits de l'homme	Direitos humanos
Discrimination	Discrimination	Discriminação
Freedom of association	Liberté d'association	Liberdade de associação
Child labor	Travail des enfants	Trabalho infantil
Forced labor	Travail forcé	Trabalho forçado
Compulsory labor	Travail obligatoire	Trabalho compulsório
Community	Communauté	Comunidade
Corruption	Corruption	Corrupção
Public policy	Politique publique	Políticas públicas
Compliance	Conformité	Compliance
Fines	Amendes	Multas
Sanctions	Sanctions	Sanções
Product responsibility	Responsabilité du produit	Responsabilidade pelo produto
Customer health	Santé du client	Saúde do cliente

A coleta de dados deu-se através dos relatórios de sustentabilidade presentes na plataforma GRI *Sustainability disclosure database*, durante os anos de 2015, 2016 e 2017. Os dados foram coletados e armazenados no *software* Excel®. O nível de divulgação ambiental foi calculado mediante o seguinte cálculo: média da soma das palavras/total de páginas do relatório ambiental. Assim, quanto maior o valor numérico da divulgação, mais informações socioambientais foram reportadas nos relatórios de sustentabilidade.

A análise de dados foi realizada através de estatística descritiva, como média, moda e mediana dos dados coletados, além do teste de normalidade *Shapiro Wilk* e o teste *t de Student*. O teste de *Shapiro Wilk*, realizado no *Statistical Package for the Social Sciences*, SPSS®, versão 22, foi realizado para saber se a amostra seguia uma distribuição normal. Após a comprovação, foi realizado o teste *t de Student*, com o objetivo de avaliar se há diferença significativa entre as médias das empresas brasileiras e das empresas francesas.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A divulgação de responsabilidade social corporativa é composta pela divulgação ambiental e pela divulgação social. Os dados revelaram que, em geral, a divulgação de RSC aumentou de 2015 a 2016. No entanto, de 2016 a 2017 a divulgação de RSC diminuiu, apenas houve aumento na divulgação de empresas, como: Banco Pine, BRB Banco de Brasília, Febraban, Grupo Mapfre Brasil, Itaú Unibanco S/A, KPMG Brasil, Santander Brasil, Caisse des dépôts, Credit Agricole, Financière de l'Odé, Finantis e LCL.

A Tabela 3 apresenta a divulgação de RSC para a amostra das 38 instituições financeiras analisadas. No Brasil, em 2016, ocorreram as Olimpíadas do Rio de Janeiro e o Impeachment de Dilma Rousseff. Nesse mesmo ano, o Produto Interno Bruto (PIB) do país encolheu 3,6% comparado a 2015. Dessa forma, fatores institucionais como estes podem ter desmotivado às firmas a realizar um reporte de sustentabilidade mais completo. Elaborar um relatório ambiental requer um investimento alto de recursos financeiros. Portanto, acredita-se que com o país em crise e os ambientes econômicos instáveis, as empresas preferiram destinar recursos para outras atividades.

Em geral, a queda de divulgação de RSC apresentada pelas instituições bancárias atuantes na França de 2015 a 2016 pode ser explicada por fatores institucionais nacionais, como a ocorrência de atos terroristas no país. De janeiro de 2015 a meados de 2017, a França sofreu vários ataques terroristas em seu território. Assim, nesse período, as empresas francesas podem ter dado preferência às ações de RSC implícitas, isto é, aquelas ações que não são divulgadas nos relatórios ambientais, mas que são realizadas pela comunidade. Dessa forma, levanta-se a hipótese de que a redução de divulgação socioambiental tenha sido compensada pelas iniciativas de apoio as famílias vítimas de ataques terroristas ou de alagamentos, provocados pela subida do nível do rio Sena na região de Paris.

Nessa perspectiva, percebe-se que ambientes institucionais podem favorecer uma maior ou uma menor divulgação de RSC. A divulgação de RSC para ambos os países pode ter sido maior em 2015, haja vista o lançamento da Agenda 2030, na qual 193 países-membros das Nações Unidas se comprometeram em reduzir os impactos socioambientais das atividades econômicas de suas empresas, seguindo os 17 objetivos de desenvolvimento sustentável. Dessa forma, os governos podem ter encorajado as empresas a adoção de políticas de responsabilidade social corporativa, o que inclui uma maior transparência de informações socioambientais nos relatórios anuais de sustentabilidade.

Tabela 3 – Divulgação de responsabilidade social corporativa

País	Empresa	RSC_2015	RSC_2016	RSC_2017
Brasil	Allianz Brasil	2,36	2,36	2,18
Brasil	B3	1,45882	1,27826	0,83893
Brasil	Banco Bradesco	2,06044	2,06044	1,54902
Brasil	Banco da Amazônia	2,49206	1,92063	1,64063
Brasil	Banco Daycoval	1,89474	1,6	1,52381
Brasil	Banco do Brasil	1,695	3,75	2,24675
Brasil	Banco do Nordeste	1,93204	2,09756	1,86441
Brasil	Banco Pine	0,40909	0,15534	0,3
Brasil	Banrisul	1,70476	8,83333	3,63636
Brasil	Brasilcap	1,17105	2,725	1,91667
Brasil	Brasilprev	1,3	1,55385	1,47945
Brasil	BRB Banco de Brasília	0,63889	0,5122	1,11765
Brasil	Caixa Econômica Federal	1,64706	1,7197	1,4
Brasil	Caixa Seguros	1,07407	0,87671	0,72414
Brasil	CitiBrasil	2,66667	2,92593	2,92593
Brasil	Febraban	0,43956	0,45783	0,7625
Brasil	Grupo Mapfre Brasil	3,60714	2,27027	4,73333
Brasil	Itaú Unibanco S/A	1,20899	1,16632	1,48795
Brasil	KPMG Brasil	2,21642	1,84211	3,375
Brasil	Porto Seguro	1,30233	14,3714	2,90909
Brasil	PREVI	0,31844	0,31604	0,29915
Brasil	Santander Brasil	1,52	2,34722	3,48611
Brasil	Sul América	4,71429	2,81579	2,05357
Brasil	Valia	0,31707	0,32	0,09375
França	AG2R	1,64103	2,19512	1,86275
França	Allianz France	7,05882	2,83333	2,83784
França	AXA	0,84127	0,61441	0,52123
França	Caisse des dépôts	5,20968	3,15625	6,35897
França	CIC Group	1,38043	2,50588	1,34761
França	Compagnie Lebon	2,12987	2,05161	1,92188
França	Credit Agricole	1,02	1,02	4,32075
França	Crédit Coopératif	0,39053	1,06667	0,59091
França	Crédit Foncier	1,39085	1,51042	1,26623
França	Crédit mutuel	1,96903	16,3043	6,55172
França	Financière de l'Odet	1,72283	1,45745	1,72222
França	Finatis	0,55556	0,7402	0,85714
França	LCL	2,8	2,92982	1,11871
França	Societe Generale Group	5,03125	2,95745	1,21992

Fonte: Elaborada pelos autores (2020).

Os dados mostram que das 24 empresas atuantes no Brasil, 7 apresentaram uma divulgação de RSC menos completa no ano de 2017, comparativamente com o ano anterior. Isso quer dizer que 29,17% das empresas reduziram sua divulgação em um ano. Para as

instituições financeiras da França, tem-se uma redução ainda maior. Do total de 14 firmas, 5 delas realizaram uma divulgação socioambiental menor no ano de 2017, se comparado ao ano de 2016, o que representa 35,71% da amostra analisada. Em relação ao contexto econômico nacional, é visto que no ano de 2017, entre os cinco maiores lucros do Brasil, quatro foram registrados pelos bancos: Itaú Unibanco, Bradesco, Banco do Brasil e Santander.

Nesse sentido, no Brasil, o setor de instituições financeiras manteve-se aquecido apesar do ambiente econômico instável do país nesse período analisado: 2015 a 2017. Em relação aos empréstimos, os bancos brasileiros têm destinado mais crédito à economia verde. Em relação à França, é possível diagnosticar que o PIB do país cresceu 1,9% em 2017, o que foi considerado o maior nível em 6 anos. Na França, a economia não depende exclusivamente do setor bancário, existe uma maior diversificação e importância dos setores para a economia como um todo. Além disso, neste país, as instituições políticas e jurídicas são bastante estáveis, o que favorece uma maior divulgação socioambiental.

A Tabela 4 apresenta o resumo das estatísticas descritivas dos dados analisados. Nessa tabela são analisados os valores de mínimo, média, máximo, desvio para ambos os países, em 2015, 2016 e 2017. De modo geral, pode-se diagnosticar que as instituições financeiras francesas são mais transparentes em suas práticas socioambientais do que as instituições financeiras sediadas no Brasil. Os dados possibilitaram perceber que a quantidade de sinais emitidos aos *stakeholders* foi maior na França.

Tabela 4 – Estatística descritiva

Anos	Países	Mínimo	Média	Máximo	Desvio
2015	Brasil	0,31707	1,67287	4,71429	1,03667
	França	0,39053	2,36722	7,05882	1,99601
2016	Brasil	0,15534	2,5115	14,3714	3,06108
	França	0,61441	2,95307	16,3043	3,94071
2017	Brasil	0,09375	1,85601	4,73333	1,17419
	França	0,52123	2,32128	6,55172	2,0056

Fonte: Elaborada pelos autores (2020).

Para o ano de 2015, os dados revelam que a empresa brasileira que menos divulgou informações de RSC pontuou 0,31, enquanto a francesa que menos divulgou pontuou 0,39. A média das divulgações foi maior na França do que no Brasil, isto é, as empresas francesas em 2015 investiram mais na elaboração de relatórios de sustentabilidade mais completos e detalhados. Em relação ao valor máximo de divulgação, percebe-se que uma empresa francesa pontuou 7,05, já a empresa máxima de divulgação brasileira pontuou 4,71. Consoante os valores do desvio, as empresas atuantes no Brasil desviam menos em relação à média do que as atuantes na França. Em outras palavras, a divulgação das empresas brasileiras está mais próxima da média do país.

No ano de 2016, a empresa francesa que divulgou menos informações (ou sinais) socioambientais pontuou 0,61, já a brasileira pontuou 0,15. Assim, percebe-se uma grande distância entre a pontuação das duas empresas. A média de divulgação de RSC continuou maior para as firmas francesas. Nesse ano, a divulgação máxima brasileira aumentou cerca de 40% em relação ao ano de 2015. Isso quer dizer que, em 2016, as empresas brasileiras se empenharam mais na elaboração dos relatórios ambientais. Vale ressaltar que nesse ano aconteceram alguns desastres naturais no país, como deslizamento de solo e de rochas provocados pela chuva no Rio de Janeiro. No final de 2015, ocorreu o rompimento da barragem de Mariana, em Minas Gerais. Para o desvio padrão, os dados mostram que as empresas brasileiras desviam menos em relação à média de divulgação.

Em 2017, tanto no Brasil, quanto na França, a divulgação de RSC diminuiu. No Brasil, a queda foi de 40% e na França a redução foi de 14,76% em relação ao ano de 2016. Seguindo o padrão dos anos anteriores, o mínimo e o máximo foram maiores na França, indicando, pois, que as instituições francesas, tanto a que divulga menos, quanto a que divulga mais, realizam um reporte da sustentabilidade mais detalhado do que as empresas do Brasil. O desvio mostra que as empresas francesas continuam a ter uma variabilidade de divulgação maior em relação à média do país. Embora as empresas atuantes no Brasil e França tenham evoluído na divulgação de RSC de 2015 a 2016, o mesmo não pode ser visto de 2016 a 2017, quando fatores externos às organizações podem ter contribuído para um menor desempenho socioambiental.

O teste de *Shapiro Wilk*, realizado no *software* SPSS®, versão 22, foi realizado para saber se a amostra seguia uma distribuição normal. Após a comprovação, foi realizado o *test-t de Student*, com o objetivo de avaliar se há diferença significativa entre as médias de duas amostras. A Tabela 5 apresenta os resultados encontrados para o *test-t de Student*.

Tabela 5 – Teste-t de Student

Países	n	Diferença de médias	t	df	sig
Brasil	72	2,01	8,584	71	,000
França	42	2,54	6,009	41	,000
Total	114	2,21	10,255	112	,000

Fonte: Elaborada pelos autores (2020).

A amostra brasileira é composta de 72 ($n1$) observações, enquanto a amostra francesa detém 42 ($n2$) observações. Considerando o cálculo dos graus de liberdade (df) é dado por $(n1-1)+(n2-1)$, tem-se: $(72-1)+(42-1)$, totalizando 112 graus de liberdade. O t representa os valores obtidos para o valor da variável aleatória que segue uma distribuição *t Student* com 71, 41 e 112 graus de liberdade. Os valores da coluna t indicam que a $H0$ é rejeitada, pois o valor t obtido é de 10,255, ou seja, há diferença estatisticamente significativa entre as médias da amostra brasileira comparativamente a da amostra francesa, demonstrando que os resultados obtidos sobre as médias das duas amostras são confiáveis e significantes.

Assim, as instituições financeiras francesas, de fato, divulgam mais informações socioambientais do que as instituições do Brasil. Esses achados condizem com o proposto pela Teoria da Sinalização a qual retrata que a comunicação por meio dos relatórios reflete a perspectiva das organizações a fim de reduzir assimetria informacional e garantir credibilidade (Santana, Góis, Luca, & Vasconcelos, 2015; Zerbini, 2017). Conforme proposto Jamali e Neville (2011) nos países desenvolvidos, as empresas acabam sofrendo uma pressão social e institucional maior, para assim agirem de forma ambientalmente correta o que pode justificar os achados.

Os achados dessa pesquisa vão ao encontro de outros achados prévios da literatura. Por exemplo, Oliveira, Ponte Junior, e Oliveira (2013) encontraram que as 15 maiores empresas francesas listadas na Forbes (2008) divulgam mais informações de RSC do que as 15 maiores empresas brasileiras presentes nessa lista. Os autores acreditam que fatores como crenças, valores morais e cultura tende a influenciar o comportamento responsável das empresas de ambos os países. Apesar de se tratar de uma amostra diferente e a análise exclusiva do setor bancário, novamente se percebe que países mais desenvolvidos como a França, quando comparados com o Brasil se mostram mais responsáveis ambientalmente.

Almeida, Silva, e Oliveira (2015) analisaram 12 indicadores de responsabilidade social corporativa das Organizações das Nações Unidas (ONU) em 25 instituições bancárias brasileiras. Os achados mostraram que bancos públicos divulgam mais informações do que bancos privados brasileiros e do que bancos privados estrangeiros, que operam no Brasil. Além

disso, quando as empresas pertencem a um determinado ambiente institucional, encontram-se expostas às normas, práticas e crenças vigentes naquele país ou região.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo geral: investigar o nível de divulgação de RSC dos bancos brasileiros e franceses. Os resultados mostraram que a divulgação socioambiental nas instituições francesas é mais completa do que a divulgação das instituições financeiras do Brasil, o que responde satisfatoriamente à pergunta direcionadora deste estudo. Assim, pode-se inferir que o nível de divulgação na França foi maior em todos os anos analisados, uma das motivações para essa ocorrência é o ambiente institucional desenvolvido e mais regulamentado neste país.

Os resultados revelaram que embora as empresas atuantes no Brasil e França tenham realizado um reporte de sustentabilidade mais completo em 2015 e 2016, o mesmo não pode ser observado no ano de 2017. Neste ano, as firmas reduziram os investimentos na elaboração de relatórios de sustentabilidade, especialmente por motivos externos a elas, como crises financeiras, desastres ambientais e instabilidades políticas. Em contrapartida, as firmas foram mais transparentes socioambientais no ano de 2016, um ano depois da reunião das Organizações das Nações Unidas, onde 193 países se comprometeram em reduzir os impactos das atividades econômicas de suas empresas.

O sistema bancário tem um grande poder na economia de um país, sobretudo porque fornece crédito para indústrias e empresas. Assim, esse setor pode contribuir com as práticas ambientais, ao solicitar planejamentos ambientais as empresas no ato da realização de empréstimos. Além disso, os bancos podem favorecer operações de créditos relacionadas a investimentos para energias renováveis, eficiência energética, construção sustentável, turismo ecológico, agricultura sustentável e gestão de resíduos urbanos.

Em relação ao ambiente institucional dos países, gestores ambientais podem investigar mais na divulgação de responsabilidade social corporativa, quando suas empresas estão sediadas em países desenvolvidos. Em geral, nesses países existe uma maior pressão social para que as empresas atuem em prol do desenvolvimento sustentável, já que utilizam extensivamente os recursos naturais em suas operações. Além disso, leis de divulgação ambiental podem pressionar as empresas a realizar um reporte de RSC mais completo. Essa realidade já é vista na França desde 2012, onde as empresas de grande porte são obrigadas a publicar um relatório ambiental.

Nos países emergentes, as práticas de divulgação ainda são realizadas de forma voluntária, ou seja, não é mandatória a divulgação. Isso contribui para se ter uma menor publicação de relatórios ambientais, uma divulgação menos detalhada das informações socioambientais, bem como relatórios menos padronizados. Portanto, mediante essas conclusões, gestores devem levar em conta o ambiente institucional do país, quando realizam investimentos em RSC, considerando os aspectos econômicos, sociais, políticos e culturais do país em que a firma opera. Além disso, quando instaladas em países emergentes, as multinacionais podem focar em questões socioambientais importantes no país hospedeiro. Assim, usando suas subsidiárias como meio para desenvolver o debate da RSC nesses países.

Por fim, os resultados encontrados devem ser analisados com cautela e sem generalizações. A amostra utilizada foi de 38 instituições financeiras atuantes no Brasil e França presentes na *GRI sustainability disclosure database*, o que não representa toda a população de instituições financeiras dos países. Para tanto, sugere-se que pesquisas futuras possam ampliar a amostra de empresas e países analisados. Logo, seria interessante que essa pesquisa fosse reproduzida utilizando-se de uma amostra de pequenas empresas (portanto não submetidas a compulsoriedade de publicarem suas ações de RSC).

REFERÊNCIAS

- Adams, C. A., & Kuasirikun, N. (2000). A comparative analysis of corporate reporting on ethical issues by UK and German chemical and pharmaceutical companies. *European Accounting Review*, 9(1), 53-79. doi: <https://doi.org/10.1080/096381800407941>
- Adnan, S. M., Hay, D., & Van Staden, C. J. (2018). The influence of culture and corporate governance on corporate social responsibility disclosure: A cross country analysis. *Journal of cleaner production*, 198, 820-832. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.07.057>
- Aguiar, H. D. S., Fischer, B. B., & Consoni, F. (2017). Responsabilidade Ambiental, Sinalização E Desempenho Econômico: Uma Análise a Partir Do Caso Das Franquias. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 11(3), 56–72. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v11i3.1322>
- Almeida, T. A., Silva, J. D., & Oliveira, M. C. (2015). Corporate Social Responsibility and the Influence of Institutional Environmental Aspects: an Analysis of the Brazilian Banking Sector. *Revista Universo Contábil*, 11(4), 44–62. <https://doi.org/10.4270/ruc.2015431>
- Amran, A., & Susela Devi, S. (2008). The impact of government and foreign affiliate influence on corporate social reporting: *The case of Malaysia*. *Managerial Auditing Journal*, 23(4), 386-404. doi: <https://doi.org/10.1108/02686900810864327>
- Arrive, J. T., & Feng, M. (2018). Corporate social responsibility disclosure: Evidence from BRICS nations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(5), 920–927. <https://doi.org/10.1002/csr.1508>
- Azim, M. T. (2016). Responsabilidade Social Corporativa e comportamento do funcionário: papel mediador do compromisso organizacional. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 18(60), 207-225. doi: <http://dx.doi.org/10.7819/rbgn.v18i60.2319>
- Belal, A. R. (2016). Corporate social responsibility reporting in developing countries: The case of Bangladesh. *Routledge*.
- Bae, S. M., Masud, M. A. K., & Kim, J. D. (2018). A cross-country investigation of corporate governance and corporate sustainability disclosure: A signaling theory perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 10(8), 1–16. <https://doi.org/10.3390/su10082611>
- Branco, M. C., & Rodrigues, L. L. (2006). Corporate social responsibility and resource-based perspectives. *Journal of Business Ethics*, 69(2), 111–132. <https://doi.org/10.1007/s10551-006-9071-z>
- Campos, L. M. de S., Sehnem, S., De Alencar Souza Oliveira, M., Rossetto, A. M., De Araújo Lima Coelho, A. L., & Dalfovo, M. S. (2013). Relatório de sustentabilidade: Perfil das organizações brasileiras e estrangeiras segundo o padrão da Global Reporting Initiative. *Gestao e Producao*, 20(4), 913–926. <https://doi.org/10.1590/S0104-530X2013005000013>
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons*, 34(4), 39-48.
- Chauvey, J. N., Giordano-Spring, S., Cho, C. H., & Patten, D. M. (2015). The Normativity and Legitimacy of CSR Disclosure: Evidence from France. *Journal of Business Ethics*, 130(4), 789–803. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2114-y>
- Christofi, A., Christofi, P., & Sisaye, S. (2012). Corporate sustainability: Historical development and reporting practices. *Management Research Review*, 35(2), 157–172. <https://doi.org/10.1108/01409171211195170>
- Clarkson, P. M., Li, Y., Richardson, G. D., & Vasvari, F. P. (2008). Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. *Accounting, organizations and society*, 33(4-5), 303-327. doi: <https://doi.org/10.1016/j.aos.2007.05.003>
- Coluccia, D., Fontana, S., & Solimene, S. (2018). Does institutional context affect CSR disclosure? A study on Eurostoxx 50. *Sustainability (Switzerland)*, 10(8).

- <https://doi.org/10.3390/su10082823>
- Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling theory: A review and assessment. *Journal of Management*, 37(1), 39–67. <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- Cubilla-Montilla, M., Nieto-Librero, A. B., Galindo-Villardón, M. P., Vicente Galindo, M. P., & Garcia-Sanchez, I. M. (2019). Are cultural values sufficient to improve stakeholder engagement human and labour rights issues? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(4), 938–955. <https://doi.org/10.1002/csr.1733>
- Doh, J. P., & Guay, T. R. (2006). Corporate social responsibility, public policy, and NGO activism in Europe and the United States: An institutional-stakeholder perspective. *Journal of Management Studies*, 43(1), 47–74. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00582.x>
- Ferri, L. M. (2017). The influence of the institutional context on sustainability reporting. A cross-national analysis. *Social Responsibility Journal*, 13(1), 24–47.
- Forte, L. M., Santos Neto, J. B. dos, Nobre, F. C., Nobre, L. H. N., & Queiroz, D. B. (2015). Determinantes do disclosure voluntário: um estudo no setor bancário brasileiro. *Gestão, Finanças e Contabilidade*, 5(2), 23–37. <https://doi.org/10.1145/3132847.3132886>
- Freguete, L. M., Nossa, V., & Funchal, B. (2015). Responsabilidade social corporativa e desempenho financeiro das empresas brasileiras na crise de 2008. *RAC-Revista de Administração Contemporânea*, 19(2), 232-248. doi: <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20151873>
- Freitas, A. R. P. d., Kobal, A. B. D. C., Luca, M. M. M., & Vasconcelos, A. C. (2013). Indicadores ambientais: um estudo comparativo entre empresas brasileiras e espanholas. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 7(1), 35–52. <https://doi.org/10.5773/rgsa.v7i1.553>
- Gamerschlag, R., Möller, K., & Verbeeten, F. (2011). Determinants of voluntary CSR disclosure: Empirical evidence from Germany. *Review of Managerial Science*, 5(2), 233–262. <https://doi.org/10.1007/s11846-010-0052-3>
- García-Sánchez, I. M., Rodríguez-Ariza, L., & Frías-Aceituno, J. V. (2013). The cultural system and integrated reporting. *International Business Review*, 22(5), 828–838. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2013.01.007>
- Gil, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (5ª). São Paulo: Atlas S.A.
- Golob, U., & Bartlett, J. L. (2007). Communicating about corporate social responsibility: A comparative study of CSR reporting in Australia and Slovenia. *Public Relations Review*, 33(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2006.11.001>
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate Social and Longitudinal Study Of UK Disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47–77. <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>
- Gunnarsson, C. (1991). What is new and what is institutional in the new institutional economics?: An essay on old and new institutionalism and the role of the state in developing countries. *Scandinavian Economic History Review*, 39(1), 43–67. <https://doi.org/10.1080/03585522.1991.10408199>
- Hackston, D., & Milne, M. J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1), 77-108. doi: <https://doi.org/10.1108/09513579610109987>
- Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1–3), 405–440. [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(01\)00018-0](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(01)00018-0)
- Islam, A. M., & Deegan, C. (2008). Motivations for an organisation within a developing country to report social responsibility information: Evidence from Bangladesh. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 21(6), 850–874. <https://doi.org/10.1108/09513570810893272>
- Jamali, D., & Neville, B. (2011). Convergence Versus Divergence of CSR in Developing

- Countries: An Embedded Multi-Layered Institutional Lens. *Journal of Business Ethics*, 102(4), 599–621. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0830-0>
- Jensen, J. C., & Berg, N. (2012). Determinants of Traditional Sustainability Reporting Versus Integrated Reporting. An Institutional Approach. *Business Strategy and the Environment*, 21(5), 299–316. <https://doi.org/10.1002/bse.740>
- Luo, L., Tang, Q., & Lan, Y.-C. (2013). Comparison of propensity for carbon disclosure between developing and developed countries. *Accounting Research Journal*, 26(1), 6–34. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/MRR-09-2015-0216>
- Mahmood, Z., Kouser, R., & Masud, M. A. K. (2019). An emerging economy perspective on corporate sustainability reporting – main actors’ views on the current state of affairs in Pakistan. *Asian Journal of Sustainability and Social Responsibility*, 4(8), 1–31. <https://doi.org/10.1186/s41180-019-0027-5>
- Marconi, M., & Lakatos, E. (2003). Fundamentos de metodologia científica. In *Editora Atlas S. A.* (5ª edição). <https://doi.org/10.1590/S1517-97022003000100005>
- Marimon, F., Alonso-Almeida, M. D. M., Rodríguez, M. D. P., & Cortez Alejandro, K. A. (2012). The worldwide diffusion of the global reporting initiative: What is the point? *Journal of Cleaner Production*, 33, 132–144. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.04.017>
- Matten, D., & Moon, J. (2008). “Implicit” and “explicit” CSR: A conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of Management Review*, 33(2), 404–424. <https://doi.org/10.5465/AMR.2008.31193458>
- Mathews, M. R. (1997). Twenty-five years of social and environmental accounting research: is there a silver jubilee to celebrate?. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 10(4), 481–53. doi: <https://doi.org/10.1108/EUM00000000004417>
- Miniaoui, Z., Chibani, F., & Hussainey, K. (2019). The impact of country-level institutional differences on corporate social responsibility disclosure engagement. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(6), 1307–1320. <https://doi.org/10.1002/csr.1748>
- Mohamed Adnan, S., Hay, D., & van Staden, C. J. (2018). The influence of culture and corporate governance on corporate social responsibility disclosure: A cross country analysis. *Journal of Cleaner Production*, 198, 820–832. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.07.057>
- Moneva, J. M., Archel, P., & Correa, C. (2006). GRI and the camouflaging of corporate unsustainability. *Accounting Forum*, 30(2), 121–137. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2006.02.001>
- Oliveira, M. C., Ponte Junior, J. É., & Oliveira, O. V. (2013). Corporate Social Reporting Practices of French and Brazilian Companies: a Comparison Based on Institutional Theory. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 7(18), 60–73. <https://doi.org/10.11606/rco.v7i18.55427>
- Oliveira, M., Rodrigues Júnior, M., Lima, S., & de Freitas, G. (2018). The Influence of the Characteristics of the National Business System in the Disclosure of Gender-Related Corporate Social Responsibility Practices. *Administrative Sciences*, 8(2), 14. <https://doi.org/10.3390/admsci8020014>
- Owen, D. (2008). Chronicles of wasted time? A personal reflection on the current state of, and future prospects for, social and environmental accounting research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(2), 240–267. doi: <https://doi.org/10.1108/09513570810854428>
- Owen, D. (2014). The evolution of social reporting: The ‘early days’. *Social and Environmental Accountability Journal*, 34(2), 75–80. <https://doi.org/10.1080/0969160X.2014.938470>
- Papoutsis, A., & Sodhi, M. M. S. (2020). Does disclosure in sustainability reports indicate actual sustainability performance? *Journal of Cleaner Production*, 260, 121049. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.121049>
- Ramdhony, D. (2018). The Implications of Mandatory Corporate Social Responsibility—A Literature Review Perspective. *Theoretical Economics Letters*, 8(3), 432–447.

- <https://doi.org/10.4236/tel.2018.83031>
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. B. (2013). *Metodologia de pesquisa* (5ª edição). Porto Alegre: Penso.
- Santana, L. M., Góis, A. D., Luca, M. M. M., & Vasconcelos, A. C. (2015). Relação entre Disclosure Socioambiental, Práticas de Governança Corporativa e Desempenho Empresarial. *Revista Organizações em Contexto*, 11(21), 49–72. <https://doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v11n21p49-72>
- Soares, R. A., Pinheiro, A. B., Abreu, M. C. S. de, & Marino, P. D. B. L. P. (2018). Efeito do sistema financeiro na evidenciação socioambiental de empresas em países emergentes e desenvolvidos. *Enfoque: Reflexão Contábil*, 37(2), 21–35. <https://doi.org/10.4025/enfoque.v37i2.34035>
- Souza, F. C. De, Murcia, F. D.-R., & Marcon, R. (2011). Bonding Hypothesis : Análise da Relação Entre Disclosure, Governança Corporativa e Internacionalização de Companhias Abertas no Brasil. *Contabilidade, Gestão e Governança*, 14(2), 62–81.
- Souza, M. T. S., & Ribeiro, H. C. M. (2013). Sustentabilidade ambiental: uma meta-análise da produção brasileira em periódicos de administração. *Revista de Administração Contemporânea*, 17(3), 368-396. doi: <https://doi.org/10.1590/s1415-65552013000300007>
- Spence, M. (2002). Signaling in Retrospect and the Informational Structure of Markets. *American Economic Association*, 92(3), 434–459.
- Stittle, J. (2002). UK Corporate Ethical Reporting-A Failure to Inform: Some Evidence from Company Annual Reports. *Business and Society Review*, 107(3), 349–370. <https://doi.org/10.1111/1467-8594.00140>
- Sumiani, Y., Haslinda, Y., & Lehman, G. (2007). Environmental reporting in a developing country: a case study on status and implementation in Malaysia. *Journal of cleaner production*, 15(10), 895-901. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2006.01.012>
- Tran, H. (2018). Differences in corporate social responsibility disclosure between Japan and the USA. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, 25(1), 67–85. <https://doi.org/10.1108/jabes-04-2018-0002>
- Tschopp, D., Wells, S., & Barney, D. (2012). The institutional promotion of corporate social responsibility reporting. *Journal of Academic and Business Ethics*, 5(1), 1–18.
- Turker, D. (2009). Measuring corporate social responsibility: A scale development study. *Journal of business ethics*, 85(4), 411-427. doi: <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9780-6>
- Uyar, A., Karaman, A. S., & Kilic, M. (2020). Is corporate social responsibility reporting a tool of signaling or greenwashing? Evidence from the worldwide logistics sector. *Journal of Cleaner Production*, 253, 119997. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.119997>
- Waller, D. S., & Lanis, R. (2009). Corporate social responsibility (CSR) disclosure of advertising agencies: An exploratory analysis of six holding companies annual reports. *Journal of Advertising*, 38(1), 109–122. <https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367380107>
- Wanderley, L. S. O., Lucian, R., Farache, F., & De Sousa Filho, J. M. (2008). CSR information disclosure on the web: A context-based approach analysing the influence of country of origin and industry sector. *Journal of Business Ethics*, 82(2), 369–378. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9892-z>
- Woodward, D. G., Edwards, P., & Birkin, F. (1996). Organizational legitimacy and stakeholder information provision. *British Journal of Management*, 7(4), 329–347. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.1996.tb00123.x>
- Zerbini, F. (2017). CSR Initiatives as Market Signals: A Review and Research Agenda. *Journal of Business Ethics*, 146(1), 1–23. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2922-8>