

NÍVEL DE DISCLOSURE SOCIOAMBIENTAL: UM ESTUDO EM EMPRESAS DO SETOR ELÉTRICO BRASILEIRO¹

DEGREE OF SOCIAL AND ENVIRONMENTAL DISCLOSURE: A STUDY IN BRAZILIAN ELECTRIC UTILITY FIRMS

NIVEL DE DISCLOSURE SOCIOAMBIENTAL: UN ESTUDIO EN EMPRESAS DEL SECTOR ELÉCTRICO BRASILEÑO

Marília Paranaíba Ferreira

Doutoranda em Contabilidade pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)
Centro Socioeconômico.

Paulo Junio Pereira de Moura

Mestrando em Contabilidade pela Universidade Federal de Goiás
Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas.

Kelryene Moraes de Souza Ciricio Garcia

Centro Universitário Alves Faria (ALFA).

Thiago de Oliveira Garcia

Centro Universitário Alves Faria (ALFA).

RESUMO

Disclosure é um termo contábil usado para descrever o processo de fornecer acesso público a informações financeiras de uma empresa, com o propósito de dar transparência as suas atividades. Nessa linha, o objetivo deste estudo é verificar o nível de disclosure das informações socioambientais das companhias do setor elétrico brasileiro no período entre 2013 e 2016, sob a ótica das Teorias da Legitimidade e Divulgação Voluntária. A amostra é composta por 17 empresas e utiliza-se a técnica de análise documental para identificar o nível de disclosure das informações de natureza socioambiental apresentado pelas empresas em seus relatórios de sustentabilidade. No total, 57 indicadores são analisados conforme o Check List da Norma Brasileira de Contabilidade Técnica 15 - Informações de Natureza Social e Ambiental. Os resultados apontam que as empresas de energia elétrica se preocupam com a evidenciação das informações socioambientais, ou seja, os achados indicam que além dos objetivos econômicos, o setor elétrico se importa com a sociedade, meio ambiente e reputação empresarial.

Palavras-chave: Disclosure; Responsabilidade Social; Informações Socioambientais.

ABSTRACT

Disclosure is an accounting term used to describe the process of providing public access to a company's financial information for the purpose of making its activities transparent. The objective of this study is to verify the degree of disclosure of the socioenvironmental information of the companies in Brazilian electric utility in the period between 2013 and 2016, from the perspective of Theories of Legitimacy and Voluntary Disclosure. The sample is composed by 17 companies and the document analysis technique is used to identify the degree of disclosure of the socio-environmental information presented by the companies in their sustainability reports. In total, 57 indicators are analyzed according to the Check List of the Brazilian Accounting Standard 15 - Social and Environmental Information. The results indicate that the

¹ Artigo submetido em 2018/12/01, revisado em 2019/01/03, aceito em 2021/02/15 e divulgado em 2021/02/15 pelo Editor Rodrigo Santos de Melo, após *double blind review*.

electric utility firms are concerned with the disclosure of socio-environmental information, that is, the findings indicate that besides the economic objectives, the electric utility firms cares about society, environment and business reputation.

Keywords: *Disclosure; Social Responsibility; Socioenvironmental Information.*

RESUMEN

Disclosure es un término contable utilizado para describir el proceso de proporcionar acceso público a la información financiera de una empresa con el propósito de dar transparencia a sus actividades. En esta línea, el objetivo de este estudio es verificar el nivel de divulgación de las informaciones socioambientales de las compañías del sector eléctrico brasileño en el período entre 2013 y 2016, bajo la óptica de las Teorías de la Legitimidad y Divulgación Voluntaria. La muestra está compuesta por 17 empresas y se utiliza la técnica de análisis documental para identificar el nivel de divulgación de las informaciones de naturaleza socioambiental presentado por las empresas en sus informes de sustentabilidad. En total, 57 indicadores son analizados conforme el Check List de la Norma Brasileña de Contabilidad Técnica 15 - Informaciones de Naturaleza Social y Ambiental. Los resultados apuntan que las empresas de energía eléctrica se preocupan por la evidencia de las informaciones socioambientales, o sea, los hallazgos indican que además de los objetivos económicos, el sector eléctrico se preocupa por la sociedad, el medio ambiente y la reputación empresarial.

Palabras clave: *Disclosure; Responsabilidad Social; Informaciones Socioambientales.*

1 INTRODUÇÃO

Os impactos ambientais, resultantes de atividades corporativas, despertam a atenção da sociedade em relação ao volume de recursos naturais que são extraídos para a execução dessas atividades (VIANA JÚNIOR; CRISÓSTOMO, 2016). Dessa forma, o contexto demanda maiores divulgações das ações que impactam o meio ambiente e, segundo Clarkson, Li, Richardson e Vasvari (2008), se a pressão social ameaçar a legitimidade da empresa, informações ambientais voluntárias têm maior probabilidade de serem publicadas.

O *disclosure* ambiental se destaca ao longo da década de 90 (TANNURI; VAN BELLEN, 2014) e, conforme Pereira, Luz e Carvalho (2015), as informações ambientais não devem ser usadas apenas como “*marketing verde*”, mas para orientar a sociedade sobre a presença e o comprometimento com o meio ambiente e, dessa forma, revelar transparência às atividades desenvolvidas pelas empresas.

A divulgação das informações ambientais é de cunho voluntário, pois não há lei que obriga esse tipo de divulgação, podendo ser apresentada, por exemplo, nas notas explicativas e nos relatórios financeiros. Duas teorias úteis para a tomada de decisão e que podem explicar a divulgação voluntária são: Teoria da Divulgação Voluntária e Teoria da Legitimidade.

Sendo assim, o presente estudo busca responder a seguinte questão: **Qual o nível de *disclosure* das informações socioambientais nas companhias do setor elétrico brasileiro?** Logo, o objetivo geral deste trabalho é verificar o nível de *disclosure* das informações socioambientais nas companhias do setor elétrico brasileiro e, para atingir esse objetivo, os indicadores sociais e ambientais das companhias do setor elétrico são comparados com indicadores apresentados pela Norma Brasileira de Contabilidade Técnica 15 - Informações de Natureza Social e Ambiental (NBC T 15).

A justificativa do tema está relacionada, principalmente, à importância da questão ambiental incorporada no âmbito das atividades de qualquer empresa, o que pode se tornar uma

estratégia empresarial e, assim, trazer benefícios econômicos, sociais e ambientais para todos os componentes envolvidos (PEREIRA; LUZ; CARVALHO, 2015).

Além disso, a pesquisa se justifica por contribuir com o esclarecimento do nível de evidenciamento das informações socioambientais, pois à medida que os problemas sociais e ambientais se agravam, conseqüentemente aumenta a preocupação dos usuários da informação (investidores, governo, sociedade) em conhecer as providências tomadas pelas empresas na intenção de minimizar esses impactos (ANDRADE; AVELINO; LINHARES, 2016).

Conforme Melo e Anzilago (2016), a globalização da economia é uma das causas da mudança de postura das empresas para uma preocupação maior com a responsabilidade sobre os recursos humanos e naturais que elas utilizam a fim de alcançar seus objetivos econômicos, e isso ressalta a relevância desse estudo.

A escolha do setor elétrico é motivada por ser um segmento com regulação específica - objeto das atividades da Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) e, por isso é necessário um maior grau de transparência nas informações socioambientais (PEREIRA; LUZ; CARVALHO, 2015). Além disso, a motivação está no fato dessas empresas serem classificadas como de médio impacto ambiental, ou seja, desenvolverem atividades potencialmente poluidoras e utilizadoras de recursos ambientais, segundo a Lei nº 10.165/ 00 que trata da Política Nacional do Meio Ambiente.

O presente trabalho está dividido em cinco tópicos, sendo o primeiro esta introdução. O segundo tópico apresenta a revisão bibliográfica que visa demonstrar as teorias que fornecem embasamentos para a orientação da pesquisa, contendo parâmetros básicos dos conceitos relativos às questões socioambientais. O terceiro tópico evidencia a metodologia, as técnicas e procedimentos utilizados na coleta e organização dos dados, enquanto que o quarto tópico descreve e analisa os resultados. Por fim, o quinto tópico apresenta as conclusões, destacando-se os principais achados, as limitações e sugestões de pesquisas futuras.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

A primeira parte da revisão bibliográfica trata da contextualização sobre a Responsabilidade Social Empresarial e sua importância na tomada de decisão dos usuários. A segunda parte aborda a *Disclosure* dessas informações, enquanto que a terceira trata das teorias que fundamentam a divulgação de informações não obrigatórias. A quarta parte apresenta e discute a NBC T 15, a qual fornece orientações sobre a elaboração e divulgação das informações socioambientais. A quinta parte traz especificações sobre o setor elétrico brasileiro e a sexta parte apresenta pesquisas anteriores que abordam o tema.

2.1 Responsabilidade Socioambiental Corporativa

A Responsabilidade Social é a ligação presente entre a ética e a transparência da empresa com os diversos públicos, bem como a implantação de alvos empresariais e a observância de normas que estejam consoantes com o progresso sustentável e favoreçam o bem-estar da sociedade (ANDRADE; AVELINO; LINHARES, 2016). Na percepção de Schuster, Moretti e Klann (2016) a adesão de um comportamento socialmente consciente caracteriza um identificador competitivo para as empresas.

Vasconcelos, Manzi e Pimentel (2016) esclarecem que o assunto Responsabilidade Social começa a ser tratado com mais destaque no ano de 1953, com a publicação do livro *Social Responsibilities of the Businessman* no estado americano de Iowa de autoria de Howard Bowen. Nesse período, o tema Responsabilidade Social passa a ser notório devido ao crescimento empresarial da época e à modificação da estrutura e do progresso social.

A Responsabilidade Social corporativa profere uma moralidade essencial na maneira como a empresa se conduz em relação ao corpo social, estabelecendo uma conduta ética e reconhecendo atitudes e comportamentos que promovem o bem-estar público (BRANCO; RODRIGUES, 2006). Embora escrito em momento histórico específico, o livro continua sendo citado por conta da sua relevância para indagações éticas atualmente discutidas nos planejamentos estratégicos e tomadas de decisões gerenciais.

Segundo Araújo e Ramos (2015), na união europeia a discussão sobre a Responsabilidade Social das empresas tem início em 2000 quando é lançado o *Livro Verde* pela Comissão das Comunidades Europeias. Este livro trata assuntos relacionados com estudos de propostas de ações para aumentar o grau de exigência das normas relativas ao desenvolvimento social e preservação ambiental.

A importância do tema Responsabilidade Social resulta das circunstâncias empresarias que degradam o ambiente e, assim causa impacto na sociedade e no planeta (ARAÚJO, 2016). Esses impactos por muito tempo não obtiveram a atenção merecida das empresas em função da preocupação com os lucros no decorrer dos anos, sendo que essas organizações alcançavam esse objetivo utilizando insumos extraídos do ambiente e da sociedade. Contudo, essa conjuntura tem mudado, considerando que os movimentos sociais têm requerido melhores condições de trabalho e diminuição da desigualdade social, consequência disso é a adesão das empresas a um comportamento socialmente consciente, o que caracteriza um identificador competitivo, resultando em uma valorosa meta a ser pretendida pelas empresas (SCHUSTER; MORETTI; KLANN, 2016).

Nas últimas décadas, percebe-se a propagação de ideais em que as atribuições das empresas não são vinculadas somente à criação de empregos, objetos de consumo e colaboração para desenvolvimento econômico. É necessário, nos dias atuais, que haja um pacto com a sociedade, respeitando os direitos humanos e se comprometendo com a Responsabilidade Social (VASCONCELOS; MANZI; PIMENTEL, 2016).

Para Santos e Tomio (2016), esse pacto com a sociedade faz com que se estabeleça uma predisposição de gestores e investidores para aplicarem seus recursos em empresas comprometidas com a sociedade e o ambiente. Esses usuários têm revelado interesse em organizações orientadas por práticas de Responsabilidade Social. Pontua-se que um dos efeitos importantes neste contexto é a busca da sociedade por informações capazes de promover a comparação e verificação e, assim, permitir qualificar a atuação das empresas no cenário socioambiental. Segundo Costa e Silva (2017), os usuários da informação veem a divulgação das informações socioambientais como uma forma de clareza do negócio, entendendo que as empresas comprometidas com a responsabilidade social possuem capacidade de se distinguirem das demais empresas. Nesse sentido, as empresas buscam ferramentas que corroboram com a evidencição de suas práticas no intuito de responder aos questionamentos da sociedade.

2.2 Disclosure das Informações Socioambientais

O *disclosure* está relacionado ao conceito de transparência corporativa e pode ser definido como a divulgação de informações contábeis quantitativas ou qualitativas, obrigatórias e não obrigatórias comunicadas pela organização por meio de canais formais, cujo objetivo é o fornecimento das mesmas de maneira útil aos usuários (MELO; ANZILAGO, 2016). O *disclosure* socioambiental é a divulgação de uma informação contábil qualitativa com o propósito de responder as demandas dos usuários que estão interessados em conhecer as condutas da empresa, além da sua força e potencialidade de geração de emprego, de expansão e de investimentos socioambientais (SOUZA; PIMMEL, 2013).

Na percepção de Demonier, Demonier e Pires (2015), a divulgação das demonstrações contábeis obrigatórias é um instrumento significativo para apoiar a tomada de decisão. Essas

demonstrações, no entanto, não evidenciam dados sobre os efeitos sociais e ambientais causados pela atividade da empresa e, nesse aspecto, a fim de responder às expectativas de seus usuários, os relatórios de sustentabilidade surgem com a intenção de evidenciar as informações de caráter socioambiental de uma entidade. O objetivo central é o de demonstrar a contribuição da entidade com relação à geração de empregos, trabalhos sociais, o exercício da cidadania empresarial e, com isso, o compromisso com o crescimento da região onde a mesma está inserida por meio de suas práticas sociais.

Segundo Degenhart, Vogt, Hein e Rosa (2016), a evidenciação de informações de caráter socioambiental é um tema que tem sido discutido nas últimas décadas, apresentando desafios a serem enfrentados pelas empresas em razão dos debates ligados a questões de desenvolvimento sustentável e responsabilidade social. Essas discussões têm como foco a imposição dos consumidores para que as empresas cumpram as normas éticas, trabalhistas e socioambientais em todas as etapas da cadeia produtiva, fazendo com que as questões de desenvolvimento sustentável e responsabilidade social sejam respeitadas e incorporadas às suas atividades (CASTRO, 2017).

A fim de responder a essas imposições, o alvo das empresas nos tempos atuais tem sido estabelecer um projeto de desenvolvimento que esteja diretamente relacionado com a preservação ambiental e a inclusão social. Para tanto, as entidades dispõem dos relatórios de sustentabilidade, por meio dos quais evidenciam as informações sobre a aplicação e parâmetros socioambientais, procurando divulgar a maneira e o total de fundos empresariais aplicados na atuação de obrigações sociais, tanto para clientes internos quanto para os externos de modo a mensurar o funcionamento da cidadania empresarial (MAÇAMBANNI, et al., 2013).

Para Cardoso, Luca e Gallon (2014) o aumento das relações entre os mercados globalizados tem refletido nas organizações, de maneira que para as empresas subsistirem no negócio elas devem conservar e aperfeiçoar sua imagem por meio de uma postura socialmente responsável. Os autores acrescentam que esse aperfeiçoamento constante é fundamental para garantir a continuidade e o avanço das organizações, resultando em uma discussão sobre essas condutas socioambientais, que passam a ser representadas e fazerem parte das suas táticas empresariais.

Nesse contexto, as organizações públicas e privadas estão sendo obrigadas a reconsiderar os modelos de gestão tradicional, em que a análise de uma empresa valorizava apenas a *performance* econômica. As empresas precisam se enquadrar em um modelo de gestão que considere as três esferas de desempenho: ambiental, social e financeira (CRISTÓFOLO et al., 2016).

Pontua-se que não há nenhuma lei específica que obrigue as empresas a evidenciar informações socioambientais. Algumas empresas, no entanto, fazem essa divulgação de forma voluntária no intuito de responder às indagações da sociedade sobre sua postura empresarial responsável (TINOCO, 2010). Embora a divulgação desses relatórios seja voluntária, a preocupação das empresas em divulgá-los vem crescendo de acordo com o interesse de investidores, sociedade, governos e usuários em geral em querer saber o que a entidade traz de benefícios sociais e, principalmente, quais os impactos ambientais causados por essa empresa e suas práticas para minimizar esses impactos (VASCONCELOS; MANZI; PIMENTEL, 2016).

No momento as empresas têm buscado demonstrar responsabilidade em assuntos ambientais e sociais, isso porque acreditam que sua representatividade junto aos clientes pode ser afetada caso não exista um engajamento com essas questões. A consequência de não apresentarem suas ações à sociedade e investidores pode ser a perda de valor no mercado (VASCONCELOS; MANZI; PIMENTEL, 2016).

Para entender melhor as motivações que levam as empresas a realizarem o *disclosure* das informações socioambientais, as teorias da legitimidade e da divulgação voluntária são abordadas no próximo tópico.

2.3 Teoria da Legitimidade e Teoria da Divulgação Voluntária

Segundo Machado e Ott (2015), a Teoria da Legitimidade tem sua fundamentação na teoria institucional, que analisa a relação entre o indivíduo, a organização e o ambiente. Segundo os autores, essa teoria apoia-se na ideia de que a entidade atua em sociedade mediante contrato social, obrigando-se a realizar atos socialmente desejados em troca de aceitação dos seus objetivos. Logo, as empresas apontam sua legitimidade para a sociedade, divulgando suas condutas relativas ao meio ambiente, sendo que a qualidade dessa informação está ligada à possibilidade de ameaça a essa legitimidade.

Gibaut e Dias (2016) definem a Teoria da Legitimidade como sendo a compreensão disseminada que parte da análise da conduta de uma organização envolvida na sociedade erguida de normas, crenças, valores e definições. Assim, as evidenciações voluntárias são usadas de forma a reduzir os custos políticos e as pressões da sociedade, do governo e dos meios de comunicação, buscando legitimar suas ações perante a sociedade e aumentando a credibilidade da organização empresarial.

Segundo Pereira, Luz e Carvalho (2015), a Teoria da Divulgação Voluntária é uma linha de estudo que tem como objetivo esclarecer os acontecimentos por meio das publicações de relatórios financeiros, sendo um tratamento apoiado na técnica que antecipa a ligação otimista entre a *performance* ambiental e a qualidade da publicação ambiental voluntária.

Rufino e Monte (2015) esclarecem que a divulgação voluntária está relacionada a três formas de evidenciação: divulgação baseada em associação, eficiência e julgamento. Para esses autores, a divulgação baseada em julgamento é a que aponta alegações mais consistentes na investigação, por explicar as motivações econômicas para uma entidade divulgar informações voluntariamente.

Salotti e Yamamoto (2005) elucidam que a divulgação baseada em associação verifica os efeitos da divulgação sobre as ações cumulativas dos investidores no momento em que essa divulgação acontece. Já a divulgação baseada em julgamento pretende identificar os motivos da divulgação, ou seja, verificar quais as razões levaram os gestores a divulgar determinadas informações. Por fim, os autores esclarecem que a divulgação baseada em eficiência é aquela que define incondicionalmente qual tipo de informação é preferida.

Independente da motivação, a divulgação das informações voluntárias resulta em novas oportunidades de investimento, dando maior credibilidade às informações financeiras divulgadas. Nesse sentido, Oro, Renner e Braun (2013), esclarecem que a divulgação de informações sociais e ambientais é incentivada por institutos que possuem modelos próprios de relatórios, já que não existe uma obrigatoriedade na publicação dessas informações. Este é caso do Conselho Federal de Contabilidade, que elabora uma norma estabelecendo diretrizes a serem seguidas caso a empresa tenha interesse em fazer esse tipo de divulgação.

2.4 Norma Brasileira de Contabilidade Técnica 15 – Resolução CFC nº 1.003/04

O Conselho Federal de Contabilidade aprova em 19 de agosto de 2004 a Norma Brasileira de Contabilidade Técnica 15 - Informações de Natureza Social e Ambiental (NBC T 15), que tem como finalidade estabelecer procedimentos técnicos a serem observados quando da realização e divulgação voluntária das informações de natureza social e ambiental. Essa resolução entra em vigor a partir de 1º de janeiro de 2006.

Para Barcelos, Tassigny, Carlos, Bizarria e Frota (2015) a Norma estabelece itens que apresentam como principal objetivo evidenciar registros que demonstram a interação da entidade com o meio ambiente. O Quadro 1 dispõe os elementos que devem ser evidenciados:

Quadro 1 – Itens que devem ser evidenciados segundo a NBC T 15

1) Geração de distribuição da riqueza
2) Recursos humanos
3) Interação da entidade com o ambiente externo
4) Informações relativas a interação com clientes
5) Informações relativas a interação da entidade com o meio ambiente

Fonte: Elaboração própria.

Segundo o Conselho Federal de Contabilidade, as informações contábeis contidas no relatório de natureza social e ambiental são de responsabilidade técnica do contabilista registrado no Conselho Regional de Contabilidade, sendo que o mesmo deve evidenciar as informações que são extraídas de fontes não contábeis, especificando os critérios utilizados para garantir a integridade dessas informações. A norma também incentiva a revisão do balanço social por auditores independentes quando a entidade estiver sendo submetida a tais procedimentos. Para efeito de comparação as informações devem ser apresentadas com base no período anterior e no período atual.

2.5 Estudos Anteriores sobre *Disclosure* Socioambiental

Estudos análogos a este vêm sendo publicados. Souza e Pimmel (2013) analisam qual o desempenho da gestão sustentável de empresas brasileiras refletido no seu balanço social. São selecionadas dez empresas de capital aberto e de diversos setores da economia brasileira. Com o objetivo de facilitar o entendimento dos dados contidos no balanço social, emprega-se a utilização de índices e concluiu-se que as empresas aplicam mais recursos para áreas externas, não dispondo de um equilíbrio na distribuição.

Cardoso, Luca e Gallon (2014) verificam quais os níveis de *disclosure* socioambiental de empresas brasileiras de capital aberto com melhor reputação corporativa. Para chegar aos resultados, os autores coletam dados socioambientais das empresas nos seus relatórios de sustentabilidade e para comparar empresas com melhores reputações corporativas e as demais, aplica-se o teste de média. Verifica-se que empresas com melhor reputação apresentam maiores níveis de *disclosure*. Neste caso, a reputação corporativa representa o grupo de atributos organizacionais apresentados ao longo do tempo que tem o papel de influenciar os *stakeholders* e, por isso, podem influenciar a conquista de melhores resultados.

Pereira, Luz e Carvalho (2015) identificam o nível de evidenciação das informações ambientais de empresas do setor elétrico brasileiro no ano de 2012. O nível de evidenciação é medido por aplicação de conceitos resultantes das porcentagens das informações divulgadas.

Para a empresa que atendesse entre 1 a 25% dos quesitos estabelecidos pela NBC T 15 foi atribuído conceito RUIM; entre 26 a 50%, conceito REGULAR; empresas que tiveram de 51 a 75%, conceito BOM; e entre 76 a 100%, conceito ÓTIMO. São analisadas notas explicativas e relatórios de administração para se chegar aos conceitos estabelecidos pelos autores e os resultados encontrados permitem verificar que as empresas desse segmento divulgam de forma tímida seus efeitos ecológicos. Os autores constatam que as empresas analisadas apresentam um nível de evidenciação entre regular e ruim e, segundo eles, esses resultados podem estar relacionados ao fato de que a NBC T 15 não é obrigatória, o que torna facultativa a divulgação de informações descritas nessa norma.

Schuster, Moretti e Klann (2016) investigam o nível de investimentos em responsabilidade social no setor elétrico brasileiro e, para tanto, utilizam os indicadores propostos no modelo de Balanço Social do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE). O estudo conclui que as empresas analisadas estão empenhadas com a responsabilidade social, considerando que muitas tiveram investimentos significativos. Entretanto, os autores afirmam que há pouca evolução e até redução desses investimentos de um ano para outro. Segundo os autores, isso pode ser um indício de que essas empresas estejam apenas respeitando uma solicitação de seus usuários e não estabelecendo investimentos adicionais em responsabilidade social.

3 METODOLOGIA

A população inicial é composta pelas 1.000 empresas que obtiveram maior receita líquida no ano de 2016, conforme a Revista *Valor*, edição 17, ano 2017, mês de agosto. No entanto, das 1.000 empresas, apenas 40 fazem parte do setor elétrico brasileiro e dessas, somente 20 empresas estão listadas na B³. Como este estudo é continuidade do trabalho de Pereira, Luz e Carvalho (2015), os quais analisam os dados dos relatórios socioambientais para o ano de 2012, dois critérios são estabelecidos: a) as empresas estão listadas na B³; e b) as empresas divulgaram as informações socioambientais ou de balanços sociais nos anos de 2013 a 2016.

Das 20 empresas estão listadas na B³, 3 foram excluídas por não apresentarem o relatório em pelo menos um dos anos analisados. Sendo assim, no total, 17 empresas do setor de energia elétrica são analisadas. O Quadro 2 apresenta as empresas que obedecem aos critérios e, portanto, fazem parte da amostra.

Quadro 2 – Empresas selecionadas para a amostra

<i>Ranking</i> (Receita Líquida)	Empresa	<i>Ranking</i> (Receita Líquida)	Empresa
1	ELETROBAS	10	ENGIE BRASIL ENERGIA
2	CPFL ENERGIA	11	CELESC
3	CEMIG	12	ELEKTRO
4	NEOENERGIA	13	CESP
5	COPEL	14	AES TIETE ENERGIA
6	ENERGISA BRASIL	15	ALUPAR
7	AES ELETROPAULO	16	TEASA
8	LIGHT	17	RIO PARANAPANEMA
9	EDP ENERGIAS DO BRASIL		

Fonte: Dados da Pesquisa

Para comparar a divulgação das informações socioambientais das empresas selecionadas com a NBC T 15, um *Check List* é utilizado. No total, 57 indicadores, divididos em cinco grupos - (1) geração e distribuição da riqueza; (2) recursos humanos; (3) interação da entidade com o meio ambiente externo; (4) informações relativas à interação com os clientes e (5) interação da entidade com o meio ambiente - são analisados conforme o *Check List* da NBC T 15.

A Tabela 1 apresenta os níveis de evidenciação aplicados para o presente estudo, os quais também são utilizados por Pereira, Luz e Carvalho (2015) para a análise das notas explicativas e dos relatórios de administração nas empresas elétricas no ano de 2012.

Tabela 1 – Nível de evidênciação por respostas identificadas

Respostas identificadas	Nível de evidênciação
1% até 25%	RUIM
26% até 50%	REGULAR
51% até 75%	BOM
76% até 100%	ÓTIMO

Fonte: Pereira, Luz e Carvalho (2015)

Assim, utiliza-se a técnica de análise documental para identificar as informações de natureza socioambiental divulgadas pelas empresas em seus relatórios de sustentabilidade. São utilizadas, ainda, estatísticas descritivas para analisar os dados e verificar o nível de evidênciação das empresas do setor de energia elétrica brasileiro.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Primeiramente, verifica-se a porcentagem de itens evidenciados pelas 17 empresas entre 2013 e 2016 nos relatórios socioambientais que obedecem os procedimentos estabelecidos pela NBC T 15, e em seguida, atribui-se as classificações das empresas entre ruim, regular, bom e ótimo. De modo geral, as empresas estão divulgando as informações socioambientais, mas sem uma evolução crescente considerável. Os resultados encontrados demonstram pouca variação quanto ao nível de divulgação de um ano para outro, conforme Tabela 2 que apresenta as porcentagens obtidas pelas empresas da amostra.

Tabela 2 – Porcentagem de evidênciação socioambiental por empresa por ano

ANO 2013		ANO 2014		ANO 2015		ANO 2016	
Empresa	%	Empresa	%	Empresa	%	Empresa	%
NEOENERGIA	68,7%	NEOENERGIA	66,7%	NEOENERGIA	67,7%	NEOENERGIA	67,7%
COPEL	64,9%	COPEL	64,9%	COPEL	64,9%	COPEL	64,9%
CEMIG	64,0%	ELETROBRAS	63,2%	ELETROBRAS	63,2%	ELETROBRAS	63,2%
ELETROBRAS	63,2%	CEMIG	62,0%	CEMIG	63,0%	CEMIG	63,0%
CPFL ENERGIAS	54,4%	CPFL ENERGIAS	56,4%	CPFL ENERGIAS	54,4%	CPFL ENERGIAS	54,4%
AES ELETRO-PAULO	53,6%	AES ELETRO-PAULO	52,6%	AES ELETRO-PAULO	52,6%	AES ELETRO-PAULO	53,6%
AES TIETE ENERGIA	53,6%	AES TIETE ENERGIA	52,6%	AES TIETE ENERGIA	52,6%	AES TIETE ENERGIA	53,6%
ELEKTRO	50,9%	ELEKTRO	50,9%	ELEKTRO	50,9%	ELEKTRO	50,9%
LIGTH	47,4%	LIGTH	47,4%	ENERGISA BRASIL	47,4%	LIGTH	47,4%
ENERGISA BRASIL	47,4%	ENERGISA BRASIL	47,4%	LIGTH	47,4%	ENERGISA BRASIL	47,4%
CELESC	43,9%	EDP ENERGIAS DO BRASIL	45,9%	EDP ENERGIAS DO BRASIL	45,9%	EDP ENERGIAS DO BRASIL	45,9%
TEASA	43,9%	CELESC	43,9%	CELESC	43,9%	CELESC	43,9%
EDP ENERGIAS DO BRASIL	43,7%	TEASA	43,9%	TEASA	43,9%	TEASA	43,9%
ENGIE BRASIL ENERGIA	40,4%	RIO PARANAPA-NEMA	43,4%	ENGIE BRASIL ENERGIA	40,4%	ENGIE BRASIL ENERGIA	40,4%

RIO PARANAPA-NEMA	40,4%	ENGIE BRASIL ENERGIA	40,4%	RIO PARANAPA-NEMA	40,4%	RIO PARANAPA-NEMA	40,4%
CESP	36,8%	CESP	36,8%	CESP	37,8%	CESP	36,8%
ALUPAR	24,6%	ALUPAR	25,6%	ALUPAR	27,6%	ALUPAR	24,6%

Fonte: Dados da Pesquisa

Em comparação com a pesquisa feita por Pereira, Luz e Carvalho (2015), em que somente o ano de 2012 é analisado e os resultados apontam uma classificação entre RUIM e REGULAR, este estudo revela uma evolução no nível de *disclosure* das informações socioambientais das companhias elétricas brasileiras, visto que a classificação das empresas passa de RUIM e REGULAR (2012) para REGULAR e BOM (2013 a 2016). O nível de evidenciação das empresas pode ser observado individualmente na Tabela 3 abaixo.

Tabela 3 – Nível de evidenciação das empresas analisadas por ano

ANO 2013		ANO 2014		ANO 2015		ANO 2016	
Nível de evidenciação	%	Nível de evidenciação	%	Nível de evidenciação	%	Nível de evidenciação	%
RUIM	6%	RUIM	0%	RUIM	0%	RUIM	6%
REGULAR	53%	REGULAR	59%	REGULAR	59%	REGULAR	53%
BOM	41%	BOM	41%	BOM	41%	BOM	41%
ÓTIMO	0%	ÓTIMO	0%	ÓTIMO	0%	ÓTIMO	0%
TOTAL	100%	TOTAL	100%	TOTAL	100%	TOTAL	100%

Fonte: Dados da Pesquisa

Nota-se que no ano de 2013, das 17 empresas analisadas, uma tem resultado “ruim” (6%); para o nível “regular” são identificadas nove empresas (53%); o resultado “bom” é verificado em sete empresas (41%); e nenhuma empresa tem classificação “ótima”. Já no ano de 2014, nenhuma empresa apresenta nível “ruim”; o resultado “regular” é encontrado para dez empresas (59%); o “bom” é identificado para sete companhias (41%); e, assim como o ano de 2013, nenhuma empresa obtém classificação “ótima”.

O nível de evidenciação no ano de 2015 permanece estático em relação ao ano de 2014 e o ano de 2016 repete os resultados de 2013, ou seja, em 2016 das 17 empresas investigadas, uma tem resultado “ruim” (6%); nove empresas têm comportamento “regular” (53%); sete têm resultado “bom” (41%) e nenhuma empresa apresenta classificação “ótima”. Esses resultados mostram uma baixa variação das informações socioambientais divulgadas entre 2013 e 2016 e, portanto, vão ao encontro do estudo de Correa, Gonçalves e Moraes (2015), o qual indica uma baixa variação no padrão de divulgação ao longo do tempo.

Além disso, os achados deste estudo em relação à pesquisa de Pereira, Luz e Carvalho (2015), indicam que existe uma preocupação das empresas em divulgar suas contribuições para com a sociedade e o meio ambiente e, talvez, o que explica isso é o crescimento substancial do interesse dos investidores em se relacionarem com entidades que se atentam com a preservação do meio ambiente e não somente com o objetivo econômico.

A média de divulgação é de 28 itens e se mantém linear nos 4 anos, o que corresponde a 49,1% do total dos itens da NBC T 15. A Teoria da Legitimidade explica que as empresas são apoiadas pela sociedade no momento em que se obrigam a realizar atos socialmente desejados. Nesse sentido, as empresas procuram manter o nível de divulgação dessas informações contínuo, com a intenção de atender as exigências da sociedade, governo, investidores e demais usuários.

Entretanto, verifica-se por meio do desvio padrão que há diferença de um ano para outro.

Os anos 2013 e 2016 sofrem uma variação respectiva de 6,3 e 6,2 itens evidenciados conforme a NBT C 15 em relação média. Já nos anos de 2014 e 2015, 6 itens permanecem e, embora a média tenha sido a mesma, há empresas que evidenciam mais itens socioambientais nos anos de 2013 e 2016. Sendo assim, apesar do nível de divulgação das informações não sofrer alterações significativas, entende-se que as empresas do setor elétrico, de modo geral, se importam com objetivos não financeiros, como a reputação empresarial e a preservação do meio ambiente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa analisa o nível de evidenciação das informações socioambientais de empresas do setor elétrico brasileiro. A amostra é composta por 17 empresas listadas entre as 1000 empresas que obtiveram maior receita líquida no ano de 2016, conforme Revista *Valor*, na edição 17, ano 2017, mês de agosto.

É possível constatar que existe uma preocupação das empresas em divulgar suas informações socioambientais, fato que pode estar ligado aos esforços e incentivos dos órgãos reguladores e institutos. Como a divulgação das informações socioambientais ainda é voluntária, faz-se necessário que haja um esforço da sociedade em requerer das empresas uma forma de conduzirem seus negócios de maneira socialmente responsável.

Os achados dessa pesquisa condizem com as Teorias da Legitimidade e da Divulgação Voluntária, que explicam os motivos que levam as entidades a divulgarem informações mesmo quando não são obrigadas a fazê-las. Assim, o presente estudo demonstra que existe uma preocupação das empresas em confirmar suas atuações diante da sociedade e com isso desenvolver e ampliar sua reputação empresarial, além de colaborar com a literatura trazendo uma percepção do nível de *disclosure* socioambiental de empresas brasileiras do setor de energia elétrica.

Como limitação, esta pesquisa se restringe a um único setor e para pesquisas futuras, recomenda-se o uso de outros setores brasileiros com o objetivo de identificar a aderência aos relatórios de sustentabilidade bem como o comprometimento das empresas com a sociedade e os impactos ambientais. Sugere-se, também, pesquisas que utilizam a técnica de estudo de caso.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Alexandre Costa; AVELINO, Bruna Camargos; LINHARES, Talissa Bedran. Balanço Social: Análise das Informações Evidenciadas pela Companhia Energética de Minas Gerais e pelo Grupo Light. **Revista Eletrônica do Departamento de Ciências Contábeis & Departamento de Atuária e Métodos Quantitativos (REDECA)**, v. 3, n. 2, p. 77-92.

ARAÚJO, Aneide Oliveira; RAMOS, Maria da Conceição Pereira. Inserção da questão da sustentabilidade no ensino de ciências empresariais em uma Universidade Portuguesa. **INTERFACE**, Natal. **RN**, v. 11, n. 2, p. 47-71, 2014.

BARCELOS, Dêbora Pinho et al. A. EVIDENCIAÇÃO AMBIENTAL À LUZ DA NBC T 15: o caso da Natura. **Amazônia, Organizações e Sustentabilidade**, v. 4, n. 2, p. 127-146, 2016.

BRANCO, Manuel Castelo; RODRIGUES, Lúcia Lima. Corporate social responsibility and resource-based perspectives. **Journal of Business Ethics**, v. 69, n. 2, p. 111-132, 2006.

DA COSTA CARDOSO, Vanessa Ingrid; DE LUCA, Márcia Martins Mendes; GALLON, Alessandra Vasconcelos. Reputação corporativa e o disclosure socioambiental de empresas brasileiras. **Revista Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 17, n. 2, 2014.

CASTRO, Livia Arruda. Análise de diferenças de desempenho entre empresas participantes e não participantes do Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM&FBOVESPA. **Revista Ciências Administrativas**, v. 23, n. 1, p. 128-155, 2017.

CLARKSON, Peter M. et al. Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. **Accounting, organizations and society**, v. 33, n. 4-5, p. 303-327, 2008.

CORREA, Juliane Campoe; GONÇALVES, Marguit Neumann; DE OLIVEIRA MORAES, Romildo. Disclosure ambiental das companhias do setor de petróleo, gás e biocombustíveis listadas na bm&fbovespa: uma análise à luz da teoria da legitimidade. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade-GeAS**, v. 4, n. 3, p. 139-154, 2015.

CRISTÓFALO, Renan Gazarini et al. Sustentabilidade e o mercado financeiro: estudo do desempenho de empresas que compõem o índice de sustentabilidade empresarial (ISE). **REGE-Revista de Gestão**, v. 23, n. 4, p. 286-297, 2016.

DEGENHART, Larissa et al. Ranking setorial do grau de evidenciação ambiental das empresas brasileiras listadas no IBRX- 100. **REGE-Revista de Gestão**, v. 23, n. 4, p. 326-337, 2016.

LOBATO DEMONIER, Juliana; BROMMONSCHENKEL DEMONIER, Gladys; PIRES, Mirian Albert. Nível de Adesão das Empresas atuantes no Mercado Capixaba ao Modelo de Relatório de Sustentabilidade GRI. **Reunir: Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**, v. 5, n. 3, 2015.

GIBAUT, Emerson Andrade; DIAS FILHO, José Maria. As respostas das empresas brasileiras às mudanças climáticas: uma análise à luz da teoria da legitimidade. **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, n. 9, p. 68-81, 2016.

MACHADO, Daiane Pias; OTT, Ernani. Estratégias de legitimação social empregadas na evidenciação ambiental: Um estudo à luz da Teoria da legitimidade. **Revista Universo Contábil**, v. 11, n. 1, p. 136-156, 2015.

MAÇAMBANNI, Tchiara Aparecida et al. Evidenciação Socioambiental: Uma Análise do Balanço Social de Empresas do Setor Elétrico que Atuam nas Regiões Sul e Nordeste do Brasil. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade-GeAS**, v. 2, n. 1, p. 123-142, 2013.

MELO, Flávio José; ANZILAGO, Marcielle. Sustentabilidade no Brasil: Uma Análise nos Disclosure Socioambientais em Instituições Bancárias Privadas Signatárias da Gri. **Administração Pública e Gestão Social**, v. 8, n. 4, p. 246-256, 2016.

ORO, Ieda Margarete; RENNEN, Sirlei; BRAUN, Marli. Informações de natureza socioambiental: análise dos balanços sociais das empresas integrantes do Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM&FBOVESPA. **Revista de Administração da UFMS**, v. 6, p. 247-262, 2013.

PEREIRA, Francineide Eleotério; DE MORAIS LUZ, Janayna Rodrigues; DE CARVALHO, José Ribamar Marques. Evidenciação das Informações Ambientais das Empresas do Setor de

Energia Elétrica do Brasil. **Revista Evidenciação Contábil & Finanças**, v. 3, n. 2, p. 60-72, 2015.

RUFINO, Maria Audenôra; MONTE, Paulo Aguiar do. Fatores que Explicam a Divulgação Voluntária das 100 Empresas com Ações Mais Negociadas na BM&FBOVESPA. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 9, n. 3, 2015.

SALOTTI, Bruno Meirelles; YAMAMOTO, Marina Mitiyo. Ensaio sobre a teoria da divulgação. **BBR-Brazilian Business Review**, v. 2, n. 1, p. 53-70, 2005.

SCHUSTER, Herivelton Antônio; MORETTI, Bradley Ricardo; KLANN, Roberto Carlos. Evolução da conduta social das empresas: Um estudo sobre o nível de investimentos em responsabilidade social no setor elétrico brasileiro. *Anais do Congresso Brasileiro de Contabilidade*, Fortaleza, Ceará, Brasil, 2016.

SOUZA, Marcos Antonio; PIMMEL, Rochele Medeiros. Análise de desempenho econômico e social: estudo do balanço social de empresas brasileiras. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 7, n. 1, p. 52-68, 2013.

TANNURI, Guillermina; VAN BELLEN, Hans Michael. Indicadores de desempenho ambiental evidenciados nos relatórios de sustentabilidade: uma análise à luz de atributos de qualidade. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 8, n. 1, p. 2, 2014.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço social e o relatório da sustentabilidade**. Editora Atlas SA, 2000.

VASCONCELOS, Maria Livânia Dantas; SILVA, Suely Manzi; PIMENTEL, Marcio Sampaio. Uma Análise das Explicações Apresentadas pelas Empresas Listadas na Bm&Fbovespa por não Divulgarem o Relatório de Sustentabilidade ou Similar. **REUNIR: Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**, v. 6, n. 3, p. 104-122, 2016.

VIANA JÚNIOR, D. B. C.; CRISÓSTOMO, V. L. Nível de Disclosure Ambiental das Empresas Pertencentes aos Setores Potencialmente Agressivos ao Meio Ambiente. **Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 19, n. 2, p. 254-273, 2016.