



Revista Universo Contábil, ISSN 1809-3337
Blumenau, v. 11, n. 4, p. 44-62, out./dez., 2015

doi:10.4270/ruc.2015431

Disponível em www.furb.br/universocontabil



RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E A INFLUÊNCIA DE ASPECTOS DO AMBIENTE INSTITUCIONAL: UMA ANÁLISE NO SETOR BANCÁRIO BRASILEIRO¹

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND THE INFLUENCE OF INSTITUTIONAL ENVIRONMENTAL ASPECTS: AN ANALYSIS OF THE BRAZILIAN BANKING SECTOR

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y LA INFLUENCIA DE ASPECTOS DE LO AMBIENTE INSTITUCIONAL: UN ANÁLISIS DEL SECTOR BANCARIO BRASILEÑO

Tatiana Aquino Almeida

Mestranda em Administração e Controladoria (UFC)
Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria – PPGAC
Universidade Federal do Ceará (UFC)
Av. da Universidade, 2431, Bairro Benfica, Fortaleza, Ceará, CEP 60020-180
tatianaaquino.ufc@gmail.com
(85) 98525-1168

Jandeson Dantas da Silva

Mestrando em Administração e Controladoria (UFC)
Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria – PPGAC
Universidade Federal do Ceará (UFC)
Av. da Universidade, 2431, Bairro Benfica, Fortaleza, Ceará, CEP 60020-180
jandeson.dantas@hotmail.com
(84) 98827-1274

Marcelle Colares Oliveira

Doutora em Controladoria e Contabilidade (USP)
Professora Associada da Universidade Federal do Ceará (UFC)
Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria – PPGAC
Av. da Universidade, 2431, Bairro Benfica, Fortaleza, Ceará, CEP 60020-180
marcellecolares@uol.com.br
(85) 3366-7802

RESUMO

O objetivo do estudo é investigar a influência de aspectos do ambiente institucional, no qual os bancos brasileiros se inserem, na divulgação de informações de Responsabilidade Social Corporativa (RSC). A pesquisa descritiva, documental e quantitativa, analisou a influência do tipo de controle (público, privado nacional e privado estrangeiro), da listagem em bolsa (ser ou não listada) e do segmento de atuação (atacado, varejo e ambos), na divulgação de informações referentes à RSC tomando-se uma amostra de 25 instituições bancárias. Para a coleta dos dados,

¹Artigo recebido em 05.10.2015. Revisado por pares em 21.12.2015. Reformulado em 09.01.2016. Recomendado para publicação em 12.01.2016 por Paulo Roberto da Cunha. Publicado em 12.02.2016. Organização responsável pelo periódico: FURB.

foram utilizadas informações divulgadas em 2014, referentes ao ano de 2013, enquanto que a análise dos dados se deu a partir da aplicação dos seguintes métodos: estatística descritiva, testes de Mann-Whitney e Kruskal-Wallis e regressão linear múltipla. Os resultados apontam para a existência de relacionamento entre a divulgação de informações referentes à RSC e os seguintes aspectos do ambiente institucional: a listagem em bolsa e ao segmento de atuação atacado; que apresentaram, respectivamente, influência positiva e negativa sobre a divulgação. Verificou-se, ainda, que a variável de controle tamanho apresentou relacionamento positivo e estatisticamente significativo com o nível de divulgação de RSC.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Corporativa; Divulgação; Ambiente Institucional; Setor Bancário.

ABSTRACT

The aim of the study is to investigate the influence of aspects related to the institutional environment, in which Brazilian banks are inserted, and the disclosure of Social Responsibility (CSR). The descriptive, documental and quantitative study analyzed the influence of the type of control (public, national private and foreign private), from listing on the stock exchange (being or not listed) and from the business segment (wholesale, retail and both), in information related to disclosure of CSR in a sample formed by 25 banks. Therefore, we used the information disclosed in 2014, regarding the year 2013 for data collection, whereas the data analysis occurred by the application of the following methods: descriptive, Mann-Whitney and Kruskal-Wallis test and multiple linear regression. The results point to the existence of relationship between the disclosure of information relating to CSR and the following aspects of the institutional environment: listing on the stock exchange and the wholesale business segment; that presented, respectively, positive and negative influence on the disclosure. It was verified also that the size control variable showed a positive and statistically significant relationship with the level of CSR disclosure.

Keywords: Corporate Social Responsibility; Disclosure; Institutional environment; Banking sector.

RESUMEN

El objetivo del estudio es investigar la influencia de los aspectos relacionados con el ambiente institucional en que los bancos brasileños se inscriben, y la difusión de información de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). El estudio descriptivo, documental y cuantitativo analizó la influencia del tipo de control (público, privado nacional y privado extranjero), pertenecientes a la bolsa de valores (si o no incluida) y el segmento de negocios (al por mayor, al por menor y los dos), en la difusión de informaciones de la RSC en una muestra de 25 bancos. Así, para la recopilación de datos, se utilizó la información divulgada en 2014, para el año 2013, mientras el análisis de los datos fue de la aplicación de los métodos siguientes: estadística descriptiva, Mann-Whitney y Kruskal-Wallis test y regresión lineal múltiple. Los resultados apuntan a la existencia de relación entre la divulgación de información relacionada con la RSC y los siguientes aspectos del ambiente institucional: cotización en la bolsa de valores y el segmento de negocio al por mayor; que se presenta, respectivamente, la influencia positiva y negativa sobre la divulgación. Fue verificado también que la variable de control del tamaño mostró una relación positiva y estadísticamente significativa con el nivel de la divulgación de RSC.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa; Divulgación; Ambiente institucional; Sector bancario.

1 INTRODUÇÃO

O agravamento dos problemas sociais e ambientais contribui para pressionar as empresas a adotarem uma postura socioambiental responsável (COUTINHO; MACEDO-SOARES, 2002). Assim, a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) consiste em uma contribuição da empresa para o desenvolvimento sustentável, que excede as exigências das leis e regulamentos, apresentando um caráter de voluntariedade (IYER; LULSEGED, 2013). A RSC relaciona-se ao fato de a empresa, em suas atividades operacionais, considerar tanto a atuação social quanto o relacionamento da entidade com seus diversos *stakeholders* (FEDATO, 2005).

Empresas pertencentes a diferentes setores, por possuírem processos e produtos distintos, apresentam prioridades diferenciadas no que diz respeito à sua responsabilidade social (BRANCO; RODRIGUES, 2008). Ao atuarem como financiadores de projetos dos mais diversos setores, os bancos representam um importante papel no desenvolvimento e na promoção da RSC, na medida em que influenciam esse comportamento em outras empresas (SOBHANI; AMRAN; ZAINUDDIN, 2012). Portanto, a responsabilidade social dos bancos também está ligada à sua atividade de financiamento, visto que o empréstimo concedido a clientes com práticas de sustentabilidade duvidosa pode comprometer a reputação da instituição bancária e trazer repercussões negativas (RODRIGUES, 2013).

Branco e Rodrigues (2008) e Parisotto e Souza (2012) afirmaram que, quando comparado a outros setores, o bancário apresenta um baixo impacto direto sobre o meio ambiente. Isso se reflete na divulgação de informações ambientais de tais organizações, que costumam ser menos representativas, quando comparadas às de cunho social (BRANCO; RODRIGUES, 2006). Além disso, Schlichka et al. (2009) acrescentam que os bancos têm se esforçado na associação de seus produtos à uma imagem que adota condutas responsáveis.

De um modo geral, tem-se a expectativa de que as empresas devem se engajar em ações de Responsabilidade Social Corporativa (BRAMMER; JACKSON; MATTEN, 2012), bem como realizar a comunicação das referidas ações (OLIVEIRA et al., 2012). Assim, a partir das críticas realizadas, acerca do financiamento de projetos socialmente irresponsáveis, as pressões pelas diversas partes interessadas aumentaram, no sentido de que, os bancos desenvolvessem e demonstrassem suas práticas sociais e éticas (KHAN et al., 2011).

Percebe-se que organizações pertencentes a um mesmo setor apresentam práticas semelhantes por estarem inseridas no mesmo ambiente institucional, bem como por sofrerem os mesmos tipos de pressões legais, normativas e socioculturais, em especial no que diz respeito à RSC. Tal assertiva é congruente com os preceitos desenvolvidos por DiMaggio e Powell (1991), que abordam a questão da similaridade desenvolvida pelas organizações inseridas e expostas a um mesmo ambiente institucional.

Assim, partindo-se da premissa de que as empresas são influenciadas pelo ambiente institucional em que estão inseridas e que a divulgação de informações acerca da RSC também é influenciada por diversas pressões advindas desse ambiente institucional; a presente pesquisa é delineada pelo seguinte questionamento: Qual a influência do ambiente institucional sobre a divulgação de informações referentes à Responsabilidade Social Corporativa dos bancos brasileiros? A pesquisa tem como objetivo investigar a influência de aspectos referentes ao ambiente institucional, no qual os bancos brasileiros estão inseridos, e a divulgação de informações referentes à Responsabilidade Social Corporativa.

Para tanto, foi realizado estudo descritivo quanto ao objetivo, documental quanto ao delineamento e de natureza quantitativa. Analisou-se a influência do tipo de controle (público ou privado), da listagem em bolsa e do segmento de atuação (atacado ou varejo) – aspectos delineadores do ambiente institucional – nas informações referentes à RSC, divulgadas nos relatórios anuais e de sustentabilidade dos bancos brasileiros.

Foi criado um índice de divulgação composto por 12 indicadores de Responsabilidade Corporativa, recomendados pela Organização das Nações Unidas (ONU), que se referem à

atuação social empresarial. Destaca-se que o Guia de Indicadores de Responsabilidade Corporativa da ONU tem como objetivo ajudar na divulgação de indicadores de responsabilidade corporativa concisos e comparáveis nos relatórios anuais empresariais (UNITED NATIONS, 2008). Assim, a análise dos dados foi realizada utilizando-se de estatística descritiva, dos testes de *Mann-Whitney* e de *Kruskal-Wallis* da regressão linear múltipla.

O estudo se diferencia de outros, por tratar de temática ainda pouco explorada – divulgação da RSC dos bancos, tanto no cenário nacional quanto internacional. O intuito é contribuir para o preenchimento da lacuna existente de estudos sobre Responsabilidade Social Corporativa no contexto bancário, devido ao fato de este ser um setor que é usualmente excluído das análises realizadas na presente área de estudo.

Além disso, o estudo se diferencia por utilizar os indicadores de Responsabilidade Corporativa da ONU, como parâmetro para a coleta de dados e mensuração da divulgação da RSC dessas empresas, visto que a maioria dos estudos verificam a divulgação dos indicadores recomendados pela *Global Reporting Initiative* (GRI), sendo este, um relatório extenso e que extrapola os aspectos centrais da RSC dos bancos. Destaca-se que a escolha por esses indicadores foi baseada na própria característica do setor bancário, que, além de possuir a obrigatoriedade da divulgação econômica, apresenta um baixo impacto ambiental, fazendo com que o foco da sua atuação seja no âmbito social em decorrência dos impactos diretos e indiretos de sua atuação operacional. Assim sendo, os indicadores do guia da ONU mostraram-se mais aderentes ao estudo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Responsabilidade Social Corporativa e o setor bancário

É importante destacar a necessidade de alinhar a cultura organizacional com as expectativas do mercado e da sociedade, visto que exercem pressões que influenciam na atuação empresarial. De acordo com discussão realizada por Machado Filho e Zylbersztajn (2003), destaca-se que as organizações pertencentes a determinado mercado, bem como a forma como estas interagem com o meio, sofrem influência do ambiente institucional no qual estão inseridas. Essa influência faz com que haja a mudança organizacional, resultado dos processos que tornam as organizações semelhantes entre si (DIMAGGIO; POWELL, 1991).

No contexto da RSC, percebe-se que as organizações devem se adequar a comportamentos com o objetivo de tornar sua atuação socialmente responsável, atendendo aos interesses das partes relacionadas às empresas e promovendo a legitimação da sua atuação perante essas partes. Tal assertiva é corroborada por Cardoso et al. (2013) na medida em que afirmam que os *stakeholders* tendem a valorizar o comportamento socialmente responsável, o que torna possível a obtenção de diferencial competitivo, bem como de rentabilidade no longo prazo.

Vale ressaltar que, mesmo que as atividades empresariais estejam de acordo com as expectativas e valores da sociedade, a sua legitimidade pode estar em risco em decorrência da falta de comunicação dessas atividades (BRANCO; RODRIGUES, 2008). A contabilidade pode ser tida como um importante meio de contribuir, tanto para a geração quanto para a divulgação de tais informações (NOSSA, 2002). Entretanto, Carnevale, Mazzuca e Venturini (2012) destacam que as informações contábeis, por si só, não possuem capacidade de explicar o valor de mercado da firma e suas variações, visto que existe a influência de variáveis não financeiras, dentre elas, aquelas referentes à RSC. De acordo com os autores, o relatório de sustentabilidade e o relatório anual são importantes documentos por meio dos quais as empresas podem demonstrar o seu comprometimento com a RSC.

A RSC exerce papel de destaque na atuação empresarial, posto que a atuação socialmente responsável é um aspecto considerado importante para diversos *stakeholders*. No entanto, a atuação empresarial no âmbito da responsabilidade social também é influenciada por uma série de aspectos que determinam a forma pela qual organização exerce a sua responsabilidade social. Uma vez que tais aspectos encontram-se atrelados ao ambiente institucional no qual as empresas estão inseridas, tais organizações tendem a adotar determinados comportamentos que influenciarão a forma pela qual será realizada a divulgação de informações pertinentes às suas ações de RSC.

De acordo com Iyer e Lulseged (2013), os investidores apresentam-se entre os aspectos que influenciam as organizações a realizar a divulgação de relatórios de sustentabilidade, visto que os mesmos decidem onde investir o seu capital. Verifica-se assim, a existência de relação entre a estrutura de propriedade da empresa e a divulgação de informações de Responsabilidade Social Corporativa (GHAZALI, 2007).

Ghazali (2007) aponta que empresas de controle governamental são mais sensíveis no tocante às políticas corporativas, visto que suas atividades se encontram mais expostas ao público, bem como mais pressionadas pela sociedade. O autor complementa que, devido a esses aspectos, tais empresas são propensas, tanto a se engajar em ações de RSC quanto a divulgar mais informações desta natureza. Sob uma outra perspectiva, Braga, Oliveira e Salotti (2009) destacam que empresas de controle estrangeiro apresentam, dentre outros, aspectos culturais que fazem com que estejam mais propensas a divulgar mais informações que as empresas privadas de controle nacional. Neste sentido, delinea-se a seguinte hipótese de estudo:

H₁: O tipo de controle empresarial – público, privado nacional ou privado estrangeiro – influencia positivamente a divulgação de informações referentes à RSC.

Outro aspecto determinante da divulgação de informações relativas à RSC é o ambiente de governança no qual a empresa está inserida. Tal aspecto é discutido por Lattemann et al. (2009), que aborda a classificação das sociedades a partir do seu ambiente de governança, relacionando os tipos de ambientes à comunicação de RSC. Neste sentido, Branco e Rodrigues (2006) preconizam que a listagem de uma empresa em bolsa, pode ser considerada um aspecto que diferencia as práticas de divulgação de RSC entre as empresas, sendo esperada uma maior divulgação de informações daquelas que se encontram listadas em bolsa.

Isso é esperado devido ao fato de que tais empresas estão mais expostas e visíveis socialmente quando comparadas àquelas não listadas em bolsa (BRANCO; RODRIGUES, 2006). Além disso, ressalta-se que a bolsa de valores pode criar instrumentos de incentivo às empresas para que sejam adotadas práticas de RSC (OLIVEIRA et al., 2012). Assim, partindo-se da premissa de que empresas listadas em bolsa estão inseridas em um ambiente de governança diferente daquele no qual empresas não listadas fazem parte, propõe-se a seguinte hipótese:

H₂: A listagem em bolsa influencia positivamente a divulgação de informações referentes à RSC.

O ambiente setorial pode ser visto também como um aspecto que direciona as práticas de RSC. Assim, sob uma ótica mais pontual, é apontado pela literatura que os impactos ambientais diretos resultantes da atuação operacional bancária são relativamente menores, quando comparados aos de outros setores (BRANCO; RODRIGUES, 2006; PARISOTTO; SOUZA, 2012; SOBHANI; AMRAN; ZAINUDDIN, 2012). No entanto, em decorrência das políticas de crédito e de investimento empregadas pelos bancos (BRANCO; RODRIGUES, 2008), há a responsabilização sobre os impactos sociais e ambientais decorrentes de financiamentos às empresas que não atuaram de forma socialmente responsável (RODRIGUES,

2013). Percebe-se, então, que as empresas pertencentes ao setor bancário são associadas aos impactos indiretos resultantes da sua atividade operacional.

Os bancos têm, portanto, poderes que podem ser utilizados na implementação de exigências relativas à utilização do recurso concedido (SCHLISCHKA et al., 2009). Essas instituições apresentam um papel decisivo no desenvolvimento e na promoção da RSC devido à possibilidade de exercerem influência sobre o comportamento relacionado às questões sociais e ambientais de outras empresas (SOBHANI; AMRAN; ZAINUDDIN, 2012). Nesse contexto, as pressões têm crescido sobre os bancos para que desenvolvam suas práticas éticas e sociais e divulguem-nas (KHAN et al., 2011).

Branco e Rodrigues (2008), Braga, Oliveira e Salotti (2009) e Rodrigues (2013) corroboram com a discussão ao apontar que a Responsabilidade Social Corporativa é tratada de forma diferenciada pelas empresas, dado seu setor econômico de atuação. Em seus estudos, os autores destacam que o setor bancário apresenta-se em um contexto diferenciado, o que faz com que algumas das suas práticas de RSC sejam distintas do que é comumente realizado, em especial aquelas relacionadas às questões ambientais. Outro aspecto apontado, pelos autores supracitados, como influenciador das práticas de RSC entre empresas, especificamente, entre os bancos, é a existência de segmentos de mercado.

Através da consideração da existência de segmentos de mercado no setor bancário, é possível verificar na literatura a existência dos bancos de atacado e de varejo, bem como de bancos que atuam em ambos os segmentos. Conceição (2010) e Barbosa (2012) conceituam que os bancos de varejo possuem diversas modalidades e tipos de produtos financeiros, sendo suas operações financeiras de pequeno porte e, assim, trabalhando com muitos clientes, tendo em vista que os mesmos se caracterizam por serem pessoas físicas ou jurídicas de pequeno e médio porte. De acordo com as autoras, os bancos de atacado atuam com operações financeiras de grande porte e de maior complexidade, atendendo um menor número de clientes, visto que os mesmos são empresas de grande porte. Destarte, tais segmentos se diferenciam tanto pelo volume de negócios, quanto pela complexidade das operações realizadas.

Neste sentido, levando-se em consideração que no mercado de atacado há uma pequena quantidade de clientes, fazendo com que os mesmos exerçam influência sobre a instituição financeira, pode-se apontar a existência de uma maior dependência da instituição bancária em relação aos clientes. Assim, espera-se que bancos que atuam no segmento de atacado, bem como aqueles que atuam em ambos os segmentos, estejam propensos a divulgar mais informações que aqueles que atuam apenas no segmento de varejo. Apresenta-se, portanto, a seguinte hipótese:

H₃: O segmento operacional – atacado, varejo ou atacado e varejo – influencia positivamente a divulgação de informações referentes à RSC.

2.2 Estudos anteriores sobre RSC e Divulgação Social em Bancos

De modo geral, diversos autores destacam que tanto a academia quanto os gestores têm dado crescente atenção à divulgação de informações relacionadas à Responsabilidade Social Corporativa (GHAZALI, 2007; SERPA; FOURNEAU, 2007). Algumas pesquisas nessa temática foram, portanto, desenvolvidas no âmbito do setor bancário, destacando-se as realizadas por Branco e Rodrigues (2008), Khan et al. (2011), Sobhani, Amran e Zainuddin (2012) e Rodrigues (2013), que tiveram como foco as instituições de Portugal e de Bangladesh, e Dias Filho e Moura (2013), que realizaram estudo com base em instituições bancárias brasileiras.

O estudo realizado por Branco e Rodrigues (2008) foi desenvolvido com base na Teoria da Legitimidade e objetivou comparar a divulgação da responsabilidade social realizada por bancos portugueses, em seus sites e em seus relatórios anuais, dos anos de 2003 e 2004. O principal resultado do estudo sugere que a escolha do meio no qual as informações são

divulgadas depende do público-alvo para o qual a mensagem é destinada, visto que certos tipos de informações encontram-se mais presentes em um meio de comunicação que em outro.

Khan et al. (2011) buscaram investigar as tendências da divulgação relacionada à sustentabilidade dos 12 maiores bancos comerciais de Bangladesh. Os dados foram coletados nos relatórios anuais de 2008 e 2009, tendo-se como base os indicadores da GRI aplicáveis às instituições financeiras. Os principais achados da pesquisa retratam que a maioria dos bancos divulgou mais informações relativas à “sociedade”, além de que as relativas a “práticas laborais e trabalho decente” e “meio ambiente” foram mais divulgadas que as relativas à “responsabilidade do produto” e “direitos humanos”, que apresentaram baixa divulgação pelos bancos.

Com o objetivo de fornecer uma comparação das práticas de divulgação de sustentabilidade evidenciadas, nos relatórios anuais e nos *websites* corporativos do setor bancário de Bangladesh, Sobhani, Amran e Zainuddin (2012) analisaram 125 indicadores que englobaram questões econômicas, sociais e ambientais de 29 bancos. Os resultados apontaram que as instituições divulgavam menos informações nos seus *websites* corporativos. Além disso, a divulgação da dimensão social apresentou-se superior àquela referente às dimensões econômica e ambiental, sendo esta última a mais negligenciada pelos bancos.

Rodrigues (2013), em estudo subsequente sobre os bancos portugueses, apresentou dois objetivos de pesquisa: o primeiro era identificar como se deu a evolução da divulgação da responsabilidade social empresarial e o segundo era a análise da crise de 2007 nessa divulgação. Os dados foram coletados, dos relatórios anuais e de sustentabilidade, de 10 bancos portugueses para o período de 2002 a 2011. Os autores verificaram que houve um aumento da divulgação no período pós crise.

Já Dias Filho e Moura (2013), tendo-se como base a Teoria Institucional, buscaram identificar até que ponto as políticas de evidenciação sobre aspectos sociais, adotadas por bancos brasileiros, são influenciadas pelo comportamento daquele que ocupa posição de destaque no mesmo ramo de atividade. Através do exame de 24 balanços sociais pertencentes aos seis maiores bancos brasileiros, referentes ao período de 2001 a 2005, os autores identificaram a existência de um possível processo isomórfico nas políticas de evidenciação das instituições estudadas.

As pesquisas sobre RSC e divulgação social no contexto de bancos, além de escassos, têm como enfoque o nível de divulgação realizado nos meios estudados, sejam eles relatórios e/ou *websites*. Nesse sentido, o presente estudo apresenta como foco, não apenas o nível de divulgação da RSC em si, mas, principalmente, os aspectos institucionais que podem exercer influência sobre a mesma.

3 MÉTODO DE PESQUISA

A pesquisa se caracteriza como descritiva, quantitativa e documental, na qual a coleta de dados se deu por meio de fonte secundária. A população do estudo compreende os 50 maiores bancos no Brasil, conforme relatório “50 maiores bancos e o consolidado do Sistema Financeiro Nacional” referente ao ano de 2013 (BCB, 2013), tendo como base o exercício findo em 31 de dezembro de 2013. Foram excluídos 24 bancos devido a não disponibilização de nenhum dos relatórios necessários para a coleta dos dados referentes à RSC e um banco que não disponibilizou as demonstrações financeiras em seu *website*, o que totalizou uma amostra final de 25 instituições bancárias.

A coleta das informações relativas aos indicadores de Responsabilidade Social Corporativa das instituições bancárias se deu por meio do Relatório de Sustentabilidade (independentemente do modelo, por exemplo, se a empresa utilizasse o da *Global Reporting Initiative* – GRI ou outro modelo), Relato Integrado ou por meio do Relatório Anual, caso a instituição não possuísse um dos relatórios anteriores.

Para a coleta do tipo de controle das empresas do setor bancário, utilizou-se da classificação disponibilizada no documento “50 maiores bancos e o consolidado do Sistema Financeiro Nacional”. Assim, a categorização do controle se deu por meio de três tipos: público, privado nacional e privado estrangeiro. A informação relativa à listagem em bolsa foi obtida através do *website* da BMF&Bovespa pela identificação das instituições listadas. Além disso, tanto as informações referentes ao segmento de atuação bancário (atacado, varejo ou ambos) quanto as informações financeiras, necessárias para o cálculo das variáveis de controle, foram obtidas através das Demonstrações Financeiras Consolidadas, disponibilizadas nos *websites* das instituições que compuseram a amostra.

A mensuração do nível de divulgação se deu por meio da análise de um dos documentos supracitados – Relatório de Sustentabilidade, Relato Integrado ou Relatório Anual - tendo em vista os itens elencados no Guia de Indicadores de Responsabilidade Corporativa da ONU (UNITED NATIONS, 2008). O guia conta com 16 indicadores, distribuídos em seis grupos, conforme exposto no Quadro 1.

Quadro 1 – Indicadores de Responsabilidade Corporativa da ONU

Grupo	Indicador
Comércio, Investimentos e Afins	1. Receitas totais
	2. Valor das importações versus exportações
	3. Total de novos investimentos
	4. Compras locais
Criação de empregos e Práticas laborais	5. Total de trabalhadores, segregados por tipo de emprego, contrato de trabalho e gênero
	6. Salário e benefícios dos empregados, segregados por tipo de emprego e gênero
	7. Número total e taxa de rotatividade de empregados, segregados por gênero
	8. Percentual de empregados abrangidos por acordos coletivos
Tecnologia e Desenvolvimento de Recursos Humanos	9. Gastos com Pesquisa e Desenvolvimento
	10. Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, segregada por categoria de emprego
	11. Gastos com treinamento dos funcionários por ano, por funcionário, segregada por categoria de emprego
Saúde e Segurança	12. Custo da saúde e segurança dos funcionários
	13. Dias de trabalho perdidos devido a acidentes, lesões e doenças de trabalho
Contribuições ao Governo e à Comunidade	14. Pagamentos ao governo
	15. Contribuições voluntárias à sociedade civil
Corrupção	16. Número de condenações por violações de leis ou regulamentos relacionados à corrupção e o montante de multas pagas/a pagar

Fonte: Elaborado pelos autores com base em United Nations (2008).

A coleta dos dados não considerou o primeiro grupo (Comércio, Investimentos e Afins), posto que tal grupo está relacionado a indicadores econômicos, que são de divulgação compulsória pelas empresas analisadas. Além disso, nota-se a não aplicabilidade do item 2 ao setor bancário, devido a inadequação à atividade operacional desse setor.

Dessa forma, o índice de divulgação foi composto pelos 12 indicadores restantes, que foram segregados em unidades de análise, caso necessário. Isso foi realizado com o objetivo de identificar a divulgação de cada uma das informações requeridas pelos itens. Tal segregação resultou na análise de um total de 23 itens, distribuídos da seguinte forma: 11 itens no grupo Criação de Empregos e Práticas Laborais; 6 itens no grupo Tecnologia e Desenvolvimento de Recursos Humanos; e 2 itens em cada um dos três últimos grupos, conforme detalhamento realizado no Quadro 2.

Quadro2 – Unidades de análise dos Indicadores de Responsabilidade Corporativa da ONU empregadas na pesquisa

Grupo	Indicador	Unidades de Análise	Número de Unidades de Análise
Criação de empregos e Práticas laborais	5. Total de trabalhadores, segregados por tipo de emprego, contrato de trabalho e gênero	Divulga o total de trabalhadores?	4
		Segrega por tipo de emprego?	
		Segrega por contrato de trabalho?	
		Segrega por gênero?	
	6. Salário e benefícios dos empregados, segregados por tipo de emprego e gênero	Divulga o salário e benefícios dos empregados?	3
		Segrega por tipo de emprego?	
		Segrega por gênero?	
	7. Número total e taxa de rotatividade de empregados, segregados por gênero	Divulga o número total de rotatividade de empregados?	3
		Divulga a taxa de rotatividade de empregados?	
		Segrega por gênero?	
8. Percentual de empregados abrangidos por acordos coletivos	Divulga o percentual de empregados abrangidos por acordos coletivos?	1	
Tecnologia e Desenvolvimento de Recursos Humanos	9. Gastos com Pesquisa e Desenvolvimento	Divulga gastos com Pesquisa e Desenvolvimento?	1
	10. Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, segregada por categoria de emprego	Divulga a média de horas de treinamento por ano, por funcionário?	2
		Segrega por categoria de emprego?	
	11. Gastos com treinamento dos funcionários por ano, por funcionário, segregada por categoria de emprego	Divulga os gastos com treinamento dos funcionários por ano?	3
		Divulga os gastos com treinamento dos funcionários por ano, por funcionário?	
		Segrega por categoria de emprego?	
Saúde e Segurança	12. Custo da saúde e segurança dos funcionários	Divulga o custo da saúde e segurança dos funcionários?	1
	13. Dias de trabalho perdidos devido a acidentes, lesões e doenças de trabalho	Divulga os dias de trabalho perdidos devido a acidentes, lesões e doenças de trabalho?	1
Contribuições ao Governo e à Comunidade	14. Pagamentos ao governo	Divulga os pagamentos ao governo?	1
	15. Contribuições voluntárias à sociedade civil	Divulga as contribuições voluntárias à sociedade civil?	1
Corrupção	16. Número de condenações por violações de leis ou regulamentos relacionados à corrupção e o montante de multas pagas/a pagar	Divulga o número de condenações por violações de leis ou regulamentos relacionados à corrupção?	2
		Divulga o montante de multas pagas/a pagar referentes à violações de leis/regulamentos relacionados à corrupção?	
Total de Unidades de Análise			23

Fonte: Elaborado pelos autores com base em United Nations (2008).

Dessa forma, foi feita análise de conteúdo dos relatórios das empresas, na qual foi adotada a seguinte codificação: zero, no caso de o elemento não ser evidenciado e um, no caso de ser evidenciado. Assim, a divulgação total foi considerada quando houver a evidenciação de todos os 23 itens identificados, a partir do Guia de Indicadores de RSC da ONU, sendo o índice de divulgação calculado a partir da razão entre a quantidade de itens evidenciados e o total.

O objetivo de pesquisa foi atendido por meio da realização de regressão linear múltipla. A variável dependente do modelo refere-se ao nível de divulgação (DIVG), obtido por meio do índice desenvolvido. As variáveis independentes referem-se a variáveis dummy dos três fatores institucionais abordados no desenvolvimento das hipóteses de estudo, as quais dizem respeito ao tipo de controle (H1): público (PUB), privado estrangeiro (ESTR) ou privado nacional; listagem da empresa em bolsa (H2): listada (LIST) ou não listada na BM&FBovespa; e segmento operacional da instituição bancária (H3): varejo, atacado (ATAC) ou atuação em ambos segmentos (ATVAR).

Já as variáveis de controle foram as seguintes: tamanho (TAM), medida pelo logaritmo natural do ativo total; e, rentabilidade, operacionalizada através do Retorno sobre o Patrimônio Líquido (ROE), que é medido por meio do quociente entre o Lucro Líquido e o Patrimônio Líquido. No que diz respeito ao tamanho, espera-se uma relação positiva com o nível de divulgação de RSC, visto que a sociedade e o mercado realizam maiores pressões por uma atuação socialmente responsável em empresas maiores, assim, tais empresas estão mais suscetíveis a divulgar mais informações (GHAZALI, 2007; BRANCO; RODRIGUES, 2008; BRAGA; OLIVEIRA; SALOTTI, 2009; LATTEMANN et al., 2009; IYER; LULSEGED, 2013). Além disso, espera-se uma relação positiva entre a rentabilidade e o nível de *disclosure* de RSC, tendo em vista que a divulgação de informações voluntárias é tida como uma forma de sinalizar o bom desempenho empresarial (GHAZALI, 2007; IYER; LULSEGED, 2013).

Deste modo, foi construído o modelo de regressão apresentado na Equação 1.

$$DIVG_i = \beta_0 + \beta_1 PUB_i + \beta_2 ESTR_i + \beta_3 LIST_i + \beta_4 ATAC_i + \beta_5 ATVAR_i + \beta_6 TAM_i + \beta_7 ROE_i + \varepsilon$$

(Equação 1)

Anterior à regressão linear múltipla foram feitas análises descritivas e inferenciais, sendo esta última realizada com o objetivo de verificar o comportamento das variáveis dependente e independentes e traçar o seu comportamento na regressão. Para tanto, as análises inferenciais abrangeram os testes estatísticos de *Mann-Whitney* e de *Kruskal-Wallis*. Os mesmos são testes não-paramétricos de diferenças que possibilitam a comparação da amostra: entre dois grupos, no caso do teste de *Mann-Whitney*; e, entre mais de dois grupos, no caso do teste de *Kruskal-Wallis*. O primeiro foi empregado para a verificação de diferença de divulgação de RSC entre empresas listadas e não listadas em bolsa, enquanto que o segundo para a verificação da referida relação quanto aos tipos de controle e aos segmentos operacionais bancários.

A realização dos testes estatísticos foi operacionalizada a partir do emprego do *software Statistical Package for Social Sciences* (SPSS).

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Estatística descritiva e inferencial – Nível de divulgação e aspectos institucionais

A análise do perfil do índice de divulgação de RSC foi realizada através do emprego de técnicas de estatística descritiva e inferencial. Inicialmente, o índice foi examinado de forma isolada, utilizando-se das informações levantadas através da análise de conteúdo dos itens (Quadro 2), e, posteriormente, a análise buscou cruzar os dados do nível de divulgação com os aspectos institucionais. A Tabela 1 apresenta a estatística do índice referente ao nível de divulgação de RSC das empresas.

Tabela 1 – Nível de Divulgação – Estatística descritiva

N	Mínimo	Máximo	Média	Mediana	Desvio Padrão	Coefficiente de Variação
25	4,35%	78,26%	37,04%	30,43%	23,69%	63,94%

Fonte: Dados da pesquisa.

Percebe-se, com base na Tabela 1, que o menor nível de divulgação foi de 4,35%, que corresponde à evidenciação de apenas um item, sendo este realizado por duas empresas da amostra. Já a maior divulgação da amostra aponta o atendimento de 18 itens (78,26%) dos 23 possíveis, atingido por apenas um banco. Além disso, metade das empresas apresentaram um índice de até 30,43%, sendo a média do grupo de 37,04%, o que, em conjunto com as demais informações, indica que a divulgação de informações acerca da responsabilidade social empresarial apresenta-se, de um modo geral, insuficiente.

A análise de conteúdo realizada possibilitou a verificação de alguns padrões de divulgação dos itens analisados. Identificou-se que os indicadores de RSC da ONU5, 7, 8, 10, e 13 guardam correspondência direta com indicadores LA1, LA2, LA4, LA10 e LA7 da *Global Reporting Initiative* (GRI) G3.1, respectivamente. Essa correspondência foi feita com os indicadores da versão G3.1 da GRI, uma vez que, a versão G.4 foi lançada em novembro de 2013, sendo o início previsto de sua aplicação para 2016, referente às demonstrações de 2015. Como os dados dos bancos da amostra foram colhidos das demonstrações divulgadas em 2014, referentes a 2013, entende-se que essas empresas não utilizaram as orientações da versão G.4. Tal correspondência pode ser melhor visualizada através da discriminação feita a partir do Quadro 3.

Quadro 3 – Correspondência entre os Indicadores de Responsabilidade Corporativa da ONU e os indicadores GRI

Indicador da ONU	Indicador da GRI
5. Total de trabalhadores, segregados por tipo de emprego, contrato de trabalho e gênero	LA1. Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região, discriminados por gênero
7. Número total e taxa de rotatividade de empregados, segregados por gênero	LA2. Número total e taxa de novos empregados contratados e rotatividade de empregados, por faixa etária, gênero e região
8. Percentual de empregados abrangidos por acordos coletivos	LA4. Percentual de empregados abrangidos por acordos de negociação coletiva
10. Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, segregada por categoria de emprego	LA10. Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, discriminadas por gênero e por categoria funcional
13. Dias de trabalho perdidos devido a acidentes, lesões e doenças de trabalho	LA7. Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho, discriminados por região e por gênero

Fonte: Elaborado pelos autores com base em *United Nations* (2008) e GRI (2011).

Percebe-se, que os indicadores LA1 e LA2 da GRI são mais detalhados em suas especificações que os seus correspondentes indicadores da ONU (5 e 7), o que pode ser um indício da divulgação mais detalhada de informações nesses dois indicadores.

Quanto ao indicador que trata sobre o total de trabalhadores (indicador 5 da ONU) – que indica a divulgação do total de trabalhadores, segregados por tipo de emprego, contrato de trabalho e gênero – identificou-se que o detalhamento de tal informação, realizado pelas empresas analisadas, suplanta as informações especificadas no referido indicador, sendo a mais recorrente a segregação do total de trabalhadores por região, por faixa etária, por nível de escolaridade e por categoria de emprego. Ressalta-se que destas, apenas as segregações por região e por faixa etária apresentam-se solicitadas pelo indicador LA1 da GRI, portanto, de

forma adicional ao indicador da ONU. Assim, as demais práticas, segregação por nível de escolaridade e por categoria de emprego, podem ser identificadas como práticas de divulgação já institucionalizadas entre as empresas. Já em relação ao indicador que versa sobre a rotatividade dos empregados (indicador 7 da ONU), identificou-se que a segregação deste foi realizada também por faixa etária e por região, itens requeridos pelo indicador LA2da GRI.

Em contraponto, o indicador 9 da ONU, referente aos gastos com pesquisa e desenvolvimento, não guarda correspondência com qualquer indicador da GRI, sendo divulgado por apenas uma empresa da amostra. Isso sinaliza que as empresas tendem a adotar um “modelo base” para divulgação de informações, no caso, o modelo de Relatório de Sustentabilidade da GRI, difundido internacionalmente, fato este que justificaria a fraca divulgação desse item. No entanto, tal achado diverge do encontrado por Oliveira et al. (2012), que verificaram a divulgação desse item por metade das empresas brasileiras da amostra do citado estudo.

Outra prática recorrente entre as empresas é a divulgação da geração e distribuição do valor adicionado, por meio da Demonstração do Valor Adicionado (DVA), comumente utilizada para divulgar o indicador EC1 da GRI. De acordo com a GRI (2011), o referido indicador requer a divulgação do valor econômico direto gerado e distribuído. Por meio dessa demonstração diversas empresas informaram o total de pagamentos ao governo (indicador 14 da ONU) e o valor total dos salários e benefícios dados a empregados, sendo esta informação parcial àquilo que é requerido pelo indicador 6 da ONU, que solicita a divulgação dos salários e benefícios dos empregados, segregados por tipo de emprego e gênero. Assim, no que diz respeito ao indicador 6, apenas uma empresa realizou a segregação desse total por gênero, enquanto que nenhuma empresa da amostra evidenciou a segregação por tipo de emprego.

Comportamento semelhante ocorreu em relação ao indicador 11 da ONU, que requer a divulgação dos gastos com treinamento dos funcionários por ano e por funcionário, além da segregação por categoria de emprego. As empresas, em regra, divulgaram apenas o valor total gasto com o treinamento de funcionários. Apenas uma empresa da amostra divulgou o montante gasto por funcionário, enquanto que nenhuma instituição realizou a segregação por categoria de emprego. Deste modo, percebe-se que as empresas não possuem prática institucionalizada de detalhar as informações referentes aos montantes empregados em seus colaboradores, parte essencial para o sucesso da companhia.

Percebe-se, portanto, a existência de práticas de divulgação institucionalizadas entre as empresas da amostra. Observou-se ainda a divergência de divulgação entre indicadores neste estudo, aplicado exclusivamente aos bancos brasileiros, como fora observado em estudo anterior (OLIVEIRA et al., 2012), que pesquisou empresas britânicas e brasileiras de setores variados. Sobre a sinalização do ambiente institucional como influenciador da divulgação da Responsabilidade Social Corporativa, neste estudo fez-se essa verificação de três aspectos de tal ambiente: tipo de controle, listagem em bolsa e segmento de atuação.

O primeiro deles, o tipo de controle, apresenta-se como fator que pode exercer influência sobre a divulgação de informações acerca da atuação da empresa no âmbito da Responsabilidade Social Corporativa. Deste modo, a Tabela 2 apresenta a estatística descritiva do nível de divulgação, sendo ela discriminada pelo tipo de controle.

Tabela 2 – Estatística descritiva da divulgação de RSC, segregada a partir do tipo de controle

	N	Mínimo	Máximo	Média	Mediana	Desvio Padrão	Coefficiente de Variação	K-W (sig)
Público	7	13,04%	78,26%	46,58%	56,52%	22,55%	48,41%	
Privado Nacional	9	8,70%	73,91%	40,58%	34,78%	25,54%	62,93%	0,156
Privado Estrangeiro	9	4,35%	56,52%	26,09%	26,09%	20,51%	78,62%	

Fonte: Dados da pesquisa.

A empresas apresentaram-se distribuídas de forma homogênea quanto ao tipo de controle. No entanto, observa-se que as empresas de controle público apresentam níveis de divulgação mais elevados que os demais. Tal constatação pode ser realizada a partir dos valores máximo e mínimo, bem como da média (46,58%) e mediana (56,52%), que se apresentaram superiores àquelas observadas pelos demais tipos de controle. Além disso, a variabilidade dos dados das empresas de controle público mostrou-se inferior àquela obtida nos demais.

Em contraposição ao que é preceituado pela teoria, que afirma que empresas de controle estrangeiro são mais propensas a divulgar mais informações (BRAGA; OLIVEIRA; SALOTTI, 2009), as empresas da amostra de controle estrangeiro apresentaram índices de divulgação inferiores daquelas de controle público e privado nacional. No entanto, através do teste de *Kruskal-Wallis* ($\text{sig} = 0,156$), verifica-se que não há diferenças de divulgação entre os grupos analisados, ou seja, há uma sinalização de que bancos com tipos de controle diferentes não apresentam diferenças significativas de divulgação de informações sobre RSC.

Outro fator institucional que pode exercer influência sobre o nível de divulgação de RSC é o ambiente de governança, tratado no presente estudo como a listagem em bolsa. Nessa perspectiva, a Tabela 3 expõe o nível de divulgação a partir da listagem das empresas da amostra na BM&FBovespa.

Tabela 3 – Estatística descritiva da divulgação de RSC de empresas listadas e não listadas na BM&FBovespa

	N	Mínimo	Máximo	Média	Mediana	Desvio Padrão	Coefficiente de Variação	M-W (sig)
Listado	10	13,04%	78,26%	52,17%	56,52%	21,88%	41,94%	0,011
Não Listado	15	4,35%	60,87%	26,96%	26,09%	19,53%	72,44%	

Fonte: Dados da pesquisa.

Através da análise da mediana, verifica-se que pelo menos metade das empresas listadas em bolsa (5) divulgam mais de 50% dos itens requeridos pelos Indicadores de RSC da ONU; em contraponto, pelo menos metade das empresas não listadas (8) possuem índice de divulgação menor que 26,09%. Além disso, a média de divulgação de empresas listadas é maior que a das não listadas, sendo a variabilidade dos dados menor no primeiro grupo frente o segundo. A realização do teste de *Mann-Whitney* ($\text{sig} = 0,011$) indica que há diferença de divulgação entre os dois grupos analisados. Tais resultados sugerem, portanto, que bancos listados em bolsa apresentam índices de divulgação superiores aos daqueles não listados.

Por fim, como expõe a Tabela 4, a divulgação de informações acerca da RSC foi ainda analisada a partir da segregação das empresas pelo último fator institucional estudado: o segmento de atuação bancário.

Tabela 4 – Estatística descritiva da divulgação de RSC, segregada a partir do segmento operacional bancário

	N	Mínimo	Máximo	Média	Mediana	Desvio Padrão	Coefficiente de Variação	K-W (sig)
Atacado	2	8,70%	30,43%	19,57%	19,57%	15,37%	78,57%	0,488
Varejo	2	26,09%	65,22%	45,65%	45,65%	27,67%	60,61%	
Varejo e Atacado	21	4,35%	78,26%	37,89%	34,78%	24,17%	63,80%	

Fonte: Dados da pesquisa.

Por meio da análise dos dados, percebe-se que as empresas mostram-se distribuídas entre os segmentos operacionais de forma desproporcional, tendo em vista que 21 bancos atuavam concomitantemente nos segmentos de varejo e atacado, enquanto que apenas 2 pertenciam, ou ao segmento de atacado, ou ao de varejo. A realização do teste de *Kruskal-*

Wallis apresentou significância de 0,488, indicando que os grupos referentes aos segmentos não apresentam diferenças estatisticamente significantes quanto à divulgação de informações sobre a RSC.

No entanto, percebe-se que os bancos que atuam apenas no mercado de atacado apresentam níveis de divulgação inferiores aos demais segmentos de mercado, tendo em vista que uma das empresas apresentou um nível de divulgação de 30,43%, e a outra de 8,7%. Esta última empresa evidenciou um total de apenas 2 itens da segregação, o que corresponde à segunda menor divulgação da amostra, posto que a menor divulgação verificada foi de apenas um item (4,35%). Em contrapartida, os bancos do segmento de varejo mostraram divulgação superior aos bancos do segmento de atacado.

Por fim, os bancos que atuavam tanto no segmento de varejo, quanto no segmento de atacado, por ser um grupo composto por 84% da amostra, apresentou resultados semelhantes àqueles da Tabela 1, que retrata a amostra total do estudo.

4.2 Relação entre nível de divulgação e os aspectos institucionais

A análise da relação existente, entre o nível de divulgação de informações acerca da responsabilidade social empresarial, e os aspectos institucionais que as empresas do setor bancário estão expostas, foi realizada através da aplicação do teste estatístico de regressão linear múltipla, cujos resultados estão apresentados na Tabela 5.

Tabela 5 – Regressão linear múltipla – Nível de divulgação e aspectos institucionais

Variável	B	Sig	VIF
(Intercepto)	-53,564	0,230	
Público	13,594	0,248	1,651
Privado Estrangeiro	0,828	0,938	1,624
Listagem em bolsa	17,007	0,090	1,364
Atacado	-47,462	0,066	2,739
Atacado e Varejo	-25,357	0,143	2,331
Tamanho	6,373	0,030	1,593
ROE	-0,956	0,169	1,595
R ²	0,503	R ² ajustado	0,299
Teste F	2,459	p-valor	0,061

Fonte: Dados da pesquisa.

Por meio dos dados expostos na Tabela 5, verifica-se que o modelo possui um poder explicativo de 29,9% (R² ajustado). Além disso, o modelo de regressão pode ser tido como válido devido ao nível de significância de 10% (p-valor = 0,061).

A partir da análise das variáveis do modelo, pode-se inferir que apenas as variáveis independentes de listagem em bolsa e de segmento de atacado, bem como a variável de controle tamanho, exercem influência sobre o nível de divulgação de RSC das empresas do setor bancário que compuseram a amostra.

Contrariamente ao que é exposto pela literatura, que aponta a existência de influência do tipo de controle nas divulgações de informações de RSC (GHAZALI, 2007; IYER; LULSEGED, 2013), essa relação não apresentou influência estatisticamente significativa. Tal resultado, no entanto, ratifica os achados da estatística inferencial realizada no presente estudo, que identificou a inexistência de diferença estatisticamente significativa entre os tipos de controle das empresas da amostra.

Deste modo, os referidos achados apontam para a não aceitação da hipótese H₁, visto que há um indício de que o tipo de controle pode não influenciar nas práticas de divulgação de

RSC das empresas do setor bancário brasileiro. Este é um indicativo, portanto, de que o tipo de controle não se apresenta como fator institucional determinante da influência das referidas práticas de divulgação de empresas do setor bancário.

O fator institucional ambiente de governança, operacionalizado a partir da listagem da empresa em bolsa de valores, apresentou relação positiva com o índice de divulgação a um nível de significância de 10%. Portanto, em conjunto com os resultados encontrados por meio da estatística inferencial inicialmente realizada, que verificou a existência de diferença de divulgação entre empresas listadas e não listadas em bolsa, há uma indicação de que bancos listados na BM&FBovespa divulgam mais informações do que aqueles não listados. Tais achados corroboram com os resultados de Branco e Rodrigues (2006), que identificaram que bancos listados em bolsa divulgam mais informações de RSC que bancos não listados. Assim, a hipótese H₂ não deve ser rejeitada.

Quanto ao segmento operacional bancário, apenas o segmento de atacado apresentou relacionamento com o nível de divulgação, com significância de 10%. Ressalta-se que a relação encontrada diverge daquela sinalizada pela literatura, visto que foi verificada influência negativa daquele segmento sobre o nível de divulgação. Esse resultado indicaria que os bancos deste segmento divulgam menos informações, comparativamente àqueles pertencentes ao segmento de varejo (variável *dummy* suprimida pela regressão). Destaca-se que o referido segmento opera com um maior número de clientes através da realização de operações financeiras de pequeno porte. Além disso, não foi encontrada relação significativa entre os demais segmentos, o que poderia indicar que a segmentação operacional do setor bancário não se verifica como fator diferenciador das práticas de divulgação.

Diante da ausência de significância estatística em todos os segmentos operacionais, a hipótese H₃, que pressupunha existência de relação positiva entre a divulgação de RSC e a atuação dos bancos no segmento de atacado e no segmento de atacado e varejo em conjunto, não pode ser aceita. Assim, a segmentação existente no mercado bancário não se apresentou como fator determinante da divulgação, o que pode indicar que tais segmentos não possuem a evidenciação de RSC como prática institucionalizada.

Por fim, constata-se que, das variáveis de controle (tamanho e rentabilidade), apenas o tamanho apresentou-se relacionado ao nível de divulgação, a um nível de significância de 5%. Tal influência indicada pelo modelo é positiva, ou seja, quanto maior o tamanho do banco, mais elevado seria seu nível de divulgação de informações referentes à RSC. Tal relação também foi verificada nos estudos de Ghazali (2007), Braga, Oliveira e Salotti (2009) e Iyer e Lulseged (2013) que, apesar de suas amostras não serem compostas exclusivamente por bancos, revelaram que o tamanho empresarial pode ser uma variável importante na explicação do nível de divulgação de informações sobre a RSC nos mais variados tipos empresariais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A busca pela legitimidade por parte das empresas encontra-se em movimento ascendente no contexto global, provocando a adoção de posturas e práticas já institucionalizadas, que podem ser dependentes de uma diversidade de aspectos. Assim, a presente pesquisa objetivou investigar a influência de aspectos referentes ao ambiente institucional no qual os bancos brasileiros se inserem na divulgação de informações referentes à Responsabilidade Social Corporativa (RSC).

A argumentação do presente trabalho se constrói com base na aceção de que as organizações, ao pertencerem a determinado ambiente institucional, encontram-se expostas a uma série de normas, práticas e crenças já institucionalizadas naquele meio. Isto põe em evidência a ideia de que as empresas se inserem em um ambiente que predetermina suas práticas empresariais. Dessa forma, o setor bancário, tido como um ambiente que pode moldar as práticas de divulgação de RSC das empresas que nele se inserem, é analisado através de três

aspectos: a concentração acionária, o ambiente de governança e os ramos de atividade operacional. Destaca-se que tais aspectos se encontram representados nas hipóteses de pesquisa, isto é, foram testadas a influência do tipo de controle (H_1), da listagem em bolsa (H_2) e do segmento de atuação (H_3) na divulgação de informações referentes à RSC.

Os resultados encontrados na pesquisa indicam a existência de relacionamento entre alguns aspectos do ambiente institucional e a divulgação de informações referentes à RSC, quais sejam: listagem em bolsa e segmento de atacado, que apresentaram, respectivamente, influência positiva e negativa sobre a divulgação. Além disso, a variável de controle tamanho também se apresentou estatisticamente significativa, relacionando-se positivamente ao nível de divulgação de informações. Os demais fatores institucionais (tipos de controle e os segmentos de varejo e de atacado e varejo), e a variável de controle ROE, não foram estatisticamente significantes. Dessa forma, a hipótese H_2 não foi rejeitada, enquanto que as hipóteses H_1 e H_3 não puderam ser aceitas.

Considerando-se que nem todos os aspectos do ambiente institucional se mostraram relevantes na explicação da divulgação de RSC, os resultados não se encontram completamente congruentes com o que é preconizado por DiMaggio e Powell (1991). Apesar disso, houve a identificação do relacionamento entre alguns dos possíveis aspectos do ambiente institucional aos quais os bancos brasileiros encontram-se expostos quanto à divulgação de informações referentes à RSC. Tal fato sugere a importância do ambiente institucional na definição e no delineamento das práticas de divulgação de informações acerca da atuação socialmente responsável adotada pelas empresas do setor bancário brasileiro.

A verificação da inexistência de relacionamento entre alguns dos aspectos analisados no estudo sinaliza que alguns bancos podem não possuir tais práticas de divulgação institucionalizadas. Tal fato põe em evidência que algumas empresas não apresentam como prática o fornecimento de informações básicas relativas à Responsabilidade Social Corporativa em seus relatórios. Outrossim, tais resultados apontam para a possibilidade da existência de outros aspectos do ambiente institucional, além daqueles abordados na presente pesquisa, que podem influenciar na divulgação de informações relativas à RSC.

Sugere-se, então, que outros aspectos devam ser explorados de modo a desenvolver uma caracterização mais ampla do ambiente institucional brasileiro no qual os bancos estão inseridos. Ressalta-se a ampliação de tal discussão em âmbito brasileiro em decorrência das divergências verificadas entre os trabalhos internacionais e os resultados obtidos na presente pesquisa, as quais podem advir da pouca similaridade existente entre o mercado brasileiro e o internacional no que diz respeito às estruturas tanto econômica quanto das próprias empresas. Buscou-se, dessa forma, contribuir tanto para a identificação de aspectos do ambiente institucional que influenciam a divulgação de informações de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) quanto para o exame da divulgação de RSC em bancos.

As limitações da pesquisa compreendem o tamanho da amostra, que ficou restrito às 25 instituições bancárias e ao modelo estatístico empregado. Assim, sugere-se a ampliação da amostra e a construção de modelo que inclua outras variáveis independentes relativas aos aspectos institucionais, bem como de outras variáveis de controle, de modo a desenvolver um modelo dotado de maior robustez. Recomenda-se, ainda, a ampliação da referida análise para empresas de outros setores, contribuindo, assim, para o desenvolvimento teórico e empírico da área de estudos sobre as práticas de divulgação de RSC.

REFERÊNCIAS

BCB. BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Relatório 50 Maiores Bancos e o Consolidado do Sistema Financeiro Nacional**. Dezembro, 2013. Disponível em: <<http://www4.bcb.gov.br/top50/port/top50.aspm>>. Acesso: 16 nov. 2014.

BARBOSA, F. L. S.A **Governança corporativa na análise de crédito de instituições financeiras bancárias do Brasil: um estudo multicaso.** 2012. 168f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Programa de Pós-Graduação em Administração de Empresas, Universidade de Fortaleza, Fortaleza, 2012.

BRAGA, J. P.; OLIVEIRA, J. R. S.; SALOTTI, B. M. Determinantes do nível de divulgação ambiental nas demonstrações contábeis de empresas brasileiras. **Revista de Contabilidade da UFBA**, v. 3, n. 3, p. 81-95, 2009.

BRAMMER, S.; JACKSON, G.; MATTEN, D. Corporate social responsibility and institutional theory: new perspectives on private governance. **Socio-Economic Review**, v. 10, n. 1, p. 3-28, 2012. <http://dx.doi.org/10.1093/ser/mwr030>

BRANCO, M. C.; RODRIGUES, L. L. Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks: a legitimacy theory perspective. **Corporate Communications: An International Journal**, v. 11, n. 3, p. 232-248, 2006. <http://dx.doi.org/10.1108/13563280610680821>

_____; _____. Social responsibility disclosure: a study of proxies for the public visibility of portuguese bank. **The British Accounting Review**, v. 40, n. 2, p. 161-181, 2008. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bar.2008.02.004>

CARDOSO, V. I. C.; HOLANDA, A. P.; OLIVEIRA, J. D.; DE LUCA, M. M. M. Investimentos em responsabilidade social corporativa e criação de valor nos maiores bancos brasileiros. **Registro Contábil –ReCont**, v. 4, n. 2, p. 90-104, 2013.

CARNEVALE, C.; MAZZUCA, M.; VENTURINI, S. Corporate social reporting in European banks: the effects on a firm's market value. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 19, n. 3, p. 159-177, 2012. <http://dx.doi.org/10.1002/csr.262>

CONCEIÇÃO, M. Z. **Bancos e responsabilidade socioambiental no financiamento de projetos de usinas hidrelétricas no Brasil: um estudo de casos de 1981 a 2009.** 2010. 303f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável) – Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

COUTINHO, R. B. G.; MACEDO-SOARES, T. D. L. V. A. Gestão estratégica com responsabilidade social: arcabouço analítico para auxiliar sua implementação em empresas no Brasil. **Revista de Administração Contemporânea – RAC**, v. 6, n. 3, p. 75-96, 2002.

DIAS FILHO, J. M.; MOURA, F. V. Evidenciações de informações sociais em seis bancos brasileiros – uma análise à luz da Teoria Institucional. **Revista Universo Contábil – RUC**, v. 9, n. 3, p. 06-21, 2013.

DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. **The new institutionalism in organizational analysis.** Chicago: The University of Chicago Press, 1991.

FEDATO, M. C. L. **Responsabilidade social corporativa: benefício social ou vantagem competitiva? Um estudo das estratégias de atuação social empresarial e sua avaliação de**

resultados. 2005. 140f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Programa de Pós-Graduação em Administração, Universidade de São Paulo. São Paulo, 2005.

GHAZALI, N. A. M. Ownership structure and corporate social responsibility disclosure: some Malaysian evidence. **Corporate Governance**. v. 7 n. 3, p. 251-266, 2007.

GRI. GLOBAL REPORTING INITIATIVE. **Diretrizes para Relatório de Sustentabilidade**. 2011. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Brazilian-Portuguese-G3.1.pdf>>. Acesso em: 26 abr. 2015.

IYER, V.; LULSEGED, A. Does family status impact US firms' sustainability reporting? **Sustainability Accounting, Management and Policy Journal**, v. 4 n. 2, p. 163-189, 2013. <http://dx.doi.org/10.1108/SAMPJ-Nov-2011-0032>

KHAN, M. H. U. Z.; ISLAM, M. A.; FATIMA, J. K.; AHMED, K. Corporate sustainability reporting of major commercial banks in line with GRI: Bangladesh evidence. **Social Responsibility Journal**, v. 7, n. 3, p. 347-362, 2011. <http://dx.doi.org/10.1108/174711111111154509>

LATTEMANN, C.; FETSCHERIN, M.; ALON, I., LI; S.; SCHNEIDER, A. M. CSR communication intensity in Chinese and Indian multinational companies. **Corporate Governance: An International Review**, v. 17, n. 4, p. 426-442, 2009. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8683.2009.00758>

MACHADO FILHO, C. A. P. ZYLBERSZTAJN, D. Responsabilidade social corporativa e a criação de valor para as organizações. **Revista de Administração da UNIMEP – RAU**, v. 1, n. 1, p. 13-34, 2003.

NOSSA, V. **Disclosure ambiental: uma análise do conteúdo dos relatórios ambientais de empresas do setor de papel e celulose em nível internacional**. 2002. 246f. Tese (Doutorado em Controladoria e Contabilidade) – Departamento de Contabilidade e Atuária, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

OLIVEIRA, M. C.; ARAÚJO JÚNIOR, J. F.; OLIVEIRA, O. V.; PONTE, V. M. R. Disclosure social de empresas brasileiras e britânicas à luz da teoria institucional. **Advances in Scientific and Applied Accounting**, v.5, n.1, p. 2-26, 2012.

PARISOTTO, I. R. S.; SOUZA, M. T. S. Investimento socioambiental de bancos brasileiros. **Revista Gestão e Organização**, v. 10, n. 1, p. 53-83, 2012.

RODRIGUES, I. M. D. **A crise e o relato de sustentabilidade no setor bancário: o caso português**. 2013. 42f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Economia, Universidade do Porto, Portugal, 2013.

SCHLISCHKA, H. E.; REIS, S. G.; RIBEIRO, M. S.; REZENDE, A. J. Crédito ambiental: análise para concessão de crédito sob a ótica da responsabilidade socioambiental. **Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos – BASE**, v. 6, n. 1, p. 37-48, 2009.

SERPA, D. A. F.; FOURNEAU, L. F. Responsabilidade social corporativa: uma investigação sobre a percepção do consumidor. **Revista de Administração Contemporânea – RAC**, v. 11, n. 3, p. 83-103, 2007.

SOBHANI, F. A., AMRAN, A., ZAINUDDIN, Y. Sustainability disclosure in annual reports and websites: a study of the banking industry in Bangladesh. **Journal of Cleaner Production**, v. 23, n. 1, p. 75-85, 2012. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2011.09.023>

UNITED NATIONS. **Guidance on corporate responsibility indicators in annual reports**. United Nations: New York and Geneva, 2008.

* Os autores agradecem a CAPES.