

**O PAPEL DA CULTURA NO DISCLOSURE VOLUNTÁRIO DE INFORMAÇÕES  
SOCIOAMBIENTAS EM ORGANIZAÇÕES FINANCEIRAS PELO MUNDO**

**JOÃO PAULO RESENDE DE LIMA**

FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO - FEA

**ALYNE CECILIA SERPA GANZ**

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)

**JUÇARA HAVEROTH**

UNIVERSIDADE REGIONAL DE BLUMENAU (FURB)

**MARCELO BOTELHO DA COSTA MORAES**

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (USP)

# O PAPEL DA CULTURA NO *DISCLOSURE* VOLUNTÁRIO DE INFORMAÇÕES SOCIOAMBIENTAS EM ORGANIZAÇÕES FINANCEIRAS PELO MUNDO

## 1 INTRODUÇÃO

Um dos fatores que diferenciam as sociedades é a cultura. De forma geral, espera-se que as sociedades possuam um conjunto próprio de crenças, normas, valores e símbolos que as tornam únicas, sendo destinado a esta delimitar os limites dentro uma cultura própria. Neste cenário, Geert Hofstede foi o primeiro pesquisador a sugerir que diferenças culturais acontecem a nível regional e nacional, o que foi representativo, especialmente para a área de negócios, visto que a cultura local reflete no contexto empresarial e isso traz reflexos para a gestão e para a organização (Nascimento, Guillaumon & Costa, 2020).

Diretamente no contexto organizacional, destaca-se a cultura como algo além da maneira como as coisas são feitas. Para Hofstede (2017) cultura organizacional corresponde à maneira particular dos membros de uma organização se relacionarem entre si, com seu trabalho e com o mundo, quando comparado a outras organizações. Outra definição de cultura vinculada a Hofstede se refere a uma programação coletiva da mente dos indivíduos que os faz divergir de outros grupos ou classes (Hofstede, 2001), ou seja, o que os torna únicos.

Considerando um ambiente de negócios cada vez mais globalizado, é imprescindível a análise da cultura, tanto a nível organizacional, quanto em um nível mais macro que considere aspectos da cultura regional para garantir a assertividade e a precisão dos negócios, visto que, as empresas são influenciadas direta e indiretamente pelo contexto em que se inserem. A exemplo disso, uma empresa que almeja abrir mercado no exterior deve considerar disponibilidade para adaptar seus produtos, cultura organizacional e sua forma de fazer negócios (Santana, Mendes & Mariano, 2014) isso porque, se for identificada distância cultural entre os envolvidos, aumentam-se as dificuldades em relação as empresas.

Quanto maior for a distância cultural identificada, maiores são as diferenças nas práticas organizacionais, administrativas e nas tentativas de interpretar e responder a questões estratégicas (Ariño et al., 1998), e isso afeta diretamente na capacidade de negociação e a possibilidade de sucesso nas transações e no negócio global. Para tanto, é recomendado a análise das Dimensões Culturais de Geert Hofstede (1991), sendo que atualmente são seis: Distância ao poder, Individualismo *versus* coletivismo, Masculinidade *versus* feminilidade, Aversão a incerteza, Orientação a longo prazo *versus* a curto prazo e indulgência.

Ainda, outro fator relevante que afeta direta e indiretamente as operações das empresas, considerado nas negociações contemporâneas, são as cobranças advindas por diversos *stakeholders* para que as empresas adotem práticas mais responsáveis acerca do uso de recursos socioambientais. Ribeiro (2012) afirma que as empresas viam a responsabilidade socioambiental como obrigação do governo, entretanto, têm mudado sua postura com o entendimento de que estão utilizando recursos coletivos que devem ser repostos. Esta mudança de pensamento pouco afetou a contabilidade, uma vez que as empresas continuam a não divulgar informações financeiras sobre suas ações socioambientais, entretanto, a falta de divulgação de informações fere o objetivo da contabilidade.

A partir das pressões sociais e a necessidade de parcerias com a sociedade, as empresas tem cada vez mais se conscientizado da necessidade de assumir responsabilidades e a partir desta começaram a traçar planos para integrar os investimentos socioambientais aos seus negócios, como solução surgiu o Balanço Social que visa evidenciar as interações da empresa com a sociedade. Entretanto, é usual ver essa cobrança para setores altamente poluentes como empresas de energia elétrica (Calixto, 2008), hotéis próximos de áreas de conservação (Virgínio & Fernandes, 2011), dentre outros.

Apesar da discussão sobre responsabilidade socioambiental considerar a sociedade como um todo, o setor financeiro – principalmente instituições bancárias – não foi incluído nas discussões até o Fórum Econômico Mundial de Davos de 2003, visto que o setor acaba tendo responsabilidade socioambiental de maneira indireta, ao contrário dos setores altamente poluentes. Apesar de apresentar baixo impacto socioambiental direto, o setor financeiro possui grande influência econômica e financeira nos demais setores da sociedade (Macini, 2016), além de fazer parte da cadeia de produção de todos os setores produtivos da sociedade como meio de financiamento, inclusive para os setores de maior potencial de impacto socioambiental.

Outro ponto amplamente discutido na literatura em negócios é a motivação da adoção e divulgação de práticas socioambientais por parte das empresas. Dentre os possíveis motivos encontram-se a obrigatoriedade por órgãos regulamentadores (Corazza, Mazzioni & Dal Magro, 2019), associação com o desempenho financeiro (Paiva, Araujo, de Luca & Vasconcelos, 2019), fator de competitividade (Gonçalves, Bruno, Reis Neto & Golçalves, 2019), estrutura de propriedade (Moura, Pletsch, Cordazzo & Mazzioni, 2019) dentre outros. Entretanto, não foram encontrados trabalhos que abordem a relação de tais práticas com indicadores de cultura.

Diante do exposto, esta pesquisa tem por objetivo analisar o papel da cultura no *disclosure* voluntário de informações sociais e ambientais em organizações financeiras pelo mundo. As justificativas para realização desta pesquisa se dão diante de diversas frentes. Primeiro, porque no Brasil são escassas as pesquisas sobre as dimensões de Hofstede especialmente considerando *Cross Country* (Nascimento, Guillaumon & Costa, 2020). Ainda, quanto a estudos sobre cultura nacional de Hofstede, ressalta-se que estes são destaque na área por sua continuidade, abrangência, relevância, rigor, relativa precisão e possibilidade de replicação (Sondergaard, 1994; Jones, 2007). Por fim, não foram localizadas pesquisas que buscassem analisar um conjunto tão grande de países considerando estas dimensões, especialmente para o caso de empresas financeiras, como é o caso desta pesquisa, que objetiva preencher essa lacuna.

O estudo de instituições financeiras que incluem o Brasil pode ser considerada uma extensão da pesquisa de dissertação de Ferreira (2008), que pesquisou a cultura organizacional à luz dos conceitos de Hofstede, no entanto estudou apenas bancos em uma região específica e não considerou todas as dimensões, sugerindo a ampliação da pesquisa. A pesquisa possibilita um ensaio, tanto das diferenças, como de fatores como a apresentação dos relatórios socioambientais, que auxiliam interessados no momento de estabelecer laços comerciais.

O presente trabalho contribui para a literatura acerca de adoção e divulgação de práticas de responsabilidade socioambiental ao expandir a discussão para um setor cujos impactos são indiretos. O trabalho também expande a discussão ao adicionar nessa relação as dimensões de cultura propostas por Hofstede. Por fim, o trabalho avança a literatura ao propor uma abordagem *cross-country*.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

### **2.1 SUSTENTABILIDADE NO SETOR BANCÁRIO**

Por não possuir atividades extrativistas e não ofertar produtos com impacto direto no meio ambiente, o setor financeiro costumava ser deixado de fora das discussões de sustentabilidade empresarial por não ser considerado de alto impacto socioambiental, contudo, a partir do Fórum Econômico Mundial de Davos em 2003 os impactos causados por este setor ganhou maior notoriedade (Wajnborg, 2008).

A sustentabilidade corporativa pode assumir diversos significados por ser associada ao desenvolvimento sustentável, responsabilidade social e etc. Lins e Wajnborg (2007, p. 07)

adotam este conceito como sendo “a incorporação de aspectos sociais e ambientais na definição da estratégia, na operação do negócio e nas interações com *stakeholders*”, ao passo que Costa (2008) complementa afirmando que a sustentabilidade relaciona as condições que garantam a continuidade da empresa com o desenvolvimento econômico e social.

Van Marrewijk (2003) afirma que, de maneira geral, sustentabilidade corporativa se refere a ações voluntárias da empresa que demonstram preocupações com inclusão social e ambiental, assim como as interações com *stakeholders*. O autor ainda afirma que a definição genérica pode ser interpretada de cinco maneiras diferentes de acordo com sua orientação: orientada para a conformidade, orientada à lucratividade, como preocupação com a sociedade, sinérgica e holística.

No setor bancário já foram desenvolvidos trabalhos com o objetivo de relacionar as iniciativas de sustentabilidade com o desempenho financeiro das instituições. Wajnberg (2008) analisou os relatórios divulgados por 45 instituições bancárias e concluiu que as empresas pouco associam suas práticas sustentáveis com os resultados financeiros. O autor ainda argumenta que a motivação para ações socioambientais é mais interna que externa e decorre principalmente dos valores de acionistas controladores ou das diretrizes traçadas por líderes. O autor ressalta que o fortalecimento da marca, a atração de novos talentos e a redução de custos não apresentaram grande significância nos resultados obtidos.

Ainda na literatura nacional Costa (2008) elaborou um estudo de caso a respeito do Banco Real ABN AMRO no Brasil e, concluiu com base em questionários respondidos por funcionários e clientes, assim como dados secundários divulgados pela instituição que as práticas de sustentabilidade adotadas pelo banco geraram valor a este.

Na literatura internacional Weber, Diaz e Schwegler (2012) compararam as políticas relacionadas à responsabilidade social corporativa do setor financeiro com a de setores mais poluentes, para tal adotou uma amostra de 1.800 instituições, sendo 400 classificadas como instituições financeiras. Os resultados mostram que em comparação aos demais setores, o financeiro apresenta fraqueza nos quesitos divulgação, ética empresarial, questões trabalhistas e responsabilidade dos produtos, entretanto, as instituições financeiras relacionam-se melhor com a sociedade.

Hu e Scholtens (2014) analisaram a responsabilidade social corporativa de 402 bancos de 44 países em desenvolvimento para verificar se as características do país de origem influenciam nas políticas socioambientais. Os resultados mostram que bancos maiores apresentaram pontuação mais alta no estudo, assim como as variáveis Retorno sobre Ativo (ROA) e país em que o banco está situado relacionam-se de maneira positiva com as políticas socioambientais das instituições.

Como resposta às pressões sociais, as instituições bancárias assinaram em 2003 os Princípios do Equador (PE), em que se comprometem a aplicar os Padrões de Desempenhos desenvolvidos pelo International Finance Corporation (IFC) na análise de projetos de Project Finance. Os PE compõem uma série de dez diretrizes que orientam os bancos a respeito da gestão de riscos socioambientais (Brito, 2009; Equator Principles, 2014).

Inicialmente os bancos se comprometeram, voluntariamente, a aplicar as diretrizes em todos os projetos acima de U\$ 50 milhões, contudo, em 2006 a quantia foi revista e reduzida para U\$ 10 milhões. A adesão voluntária das instituições foi bastante representativa, uma vez que no ato da assinatura os 10 maiores bancos representavam 30% do mercado global de empréstimos e um ano após a assinatura outros 15 bancos aderiram. Os 25 bancos signatários no segundo ano detinham cerca de 75% do mercado. Atualmente 79 instituições de 34 países são signatárias dos PE (Amalric, 2005).

Apesar de trazer custos para as instituições bancárias e seus clientes, a implantação dos PE agrega benefícios às empresas que os adotam. Scholtens e Dam (2006) afirmam que os benefícios advindos de práticas de responsabilidade social corporativa como um todo são de

difícil identificação, ao contrário dos custos, e que a maior parte dos benefícios é de espécie não monetária como reputação e diminuição de riscos. Os custos de implantação dos PE incorrem não somente às instituições que devem se adequar, mas também a seus clientes que preparam documentos e relatórios diversos para ter seu crédito aprovado (Amalric, 2005).

Na literatura internacional Scholtens e Dam (2006) estudaram as diferenças entre instituições signatárias dos PE e das não signatárias de diversos países. Para observar tais diferenças os autores adotaram uma amostra de 56 instituições que não adotaram os PE e 27 que adotaram. Os resultados sugerem que as instituições signatárias têm práticas de responsabilidade social corporativa melhores que as não signatárias.

Macve e Chen (2010) estudaram as razões que os bancos têm para adotar os PE. Para tal, os autores analisaram as demonstrações contábeis e realizaram entrevistas semiestruturada com consultores ambientais dos bancos ingleses HSBC e Barclays. Os resultados mostraram que o ganho reputacional não melhorou apenas a imagem das duas entidades, mas também melhorou a avaliação de projetos e financiamentos.

Na literatura nacional podemos encontrar trabalhos como o de Ribeiro e Oliveira (2008) que estudaram as instituições bancárias brasileiras adeptas dos PE. Os autores aplicaram questionários nas empresas pra observar a percepção sobre os benefícios sociais e ambientais, a contribuição da contabilidade no processo de análise e a concessão de crédito. Os resultados sugerem que as análises de crédito realizadas pelas instituições bancárias são dificultadas pela falta de divulgação de informações socioambientais de maneira prática, visto que na maioria das vezes se misturam com as demais informações financeiras nos relatórios das empresas. Os autores ainda ressaltam que a contabilidade precisa superar essa dificuldade para se tornar útil na concessão de crédito e na tomada de decisões em transações ambientais.

## 2.2 TEORIA DO DISCLOSURE VOLUNTÁRIO E SUAS DETERMINANTES

Apesar da inclusão tardia na discussão, o setor financeiro é o setor que mais divulga informações a respeito de suas iniciativas socioambientais conforme dados do GRI (2011). Considerando o menor impacto direto nas ações, por que as instituições financeiras divulgam informações socioambientais?

A discussão sobre os agentes e variáveis associados ao disclosure de informações socioambientais está presente na literatura nacional e internacional. Verrechia (2001) enumera três teorias para a divulgação voluntária de informações ambientais. A primeira teoria, divulgação baseada em associação, investiga a relação entre o disclosure e o comportamento dos investidores da empresa. A segunda, baseada em julgamento, analisa os motivos dos gestores para divulgar este tipo de informações e a terceira teoria, divulgação baseada em eficiência, diz respeito às informações preferidas pelos acionistas na falta de informações passadas.

Dye (2001) contrapõe este argumento e afirma que a teoria da divulgação voluntária é suficiente para explicar este tema. O autor ainda afirma que as empresas tendem a publicar informações favoráveis e omitir as desfavoráveis.

Dentre os estudos empíricos podemos citar o trabalho de Andrade, Gosling e Xavier (2010) que analisaram os Balanços Sociais (BS) de duas empresas siderúrgicas do estado de Minas Gerais referente aos anos de 2007 e 2008. Para auxiliar as análises foram aplicadas técnicas de análise de conteúdo e análise de fotografia e semiótica. Os autores concluíram que os BS são utilizados para reforçar a imagem das entidades através de valores éticos e filantrópicos e não por meio da transparência. Novelini e Fregonesi (2013) corroboram com esse pensamento ao afirmarem que a divulgação do relatório tem o objetivo de reduzir custos políticos, sociais e evidenciar informações que fortaleçam a imagem positiva da empresa. Branco e Rodrigues (2008) afirmam que as companhias reportam as informações socioambientais para comprovar seu comportamento para os *stakeholders* e ressaltam que ao

mesmo tempo em que a empresa cria uma boa reputação ao reportar informações socioambientais ela corre um risco reputacional.

Cowan e Gadenne (2005) afirmam que as entidades adotam a divulgação voluntária das informações socioambientais para reduzir as ameaças de legitimidade. Em seu estudo a respeito da diferença entre as declarações voluntárias e obrigatórias na Austrália, concluíram que a quantidade de informações positivas a respeito da empresa e suas práticas socioambientais é maior nas declarações voluntárias, ao passo que as informações negativas são mais divulgadas nas declarações obrigatórias.

Cunha e Ribeiro (2008) buscaram evidências para explicar os motivos da divulgação ambiental voluntária, utilizando uma amostra média de 179 empresas nos anos de 2003, 2004, 2005 e 2006. Para testar quais variáveis influenciam na divulgação os autores empregaram a regressão logística e as seguintes variáveis: desempenho da empresa, práticas de governança corporativa, nível passado de divulgação, índice de endividamento e a variável de controle representada pelo tamanho da empresa. Após o emprego da regressão logística concluíram que todas as variáveis estão associadas positivamente com o nível de divulgação, contudo, a variável índice de endividamento não apresentou correlação significativa.

Oliveira (2005) em sua análise dos BS das 500 maiores empresas não financeiras de acordo com *ranking* de 2001 divulgado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), argumenta que existem diversos motivos para as empresas divulgarem seus BS, porém os motivos mais fortes são a demanda dos *stakeholders* e a melhoria da imagem da empresa. O autor ainda afirma que a divulgação do BS pode ser através de um documento separado ou integrado ao relatório anual da empresa.

Murcia et al., (2008) analisaram a divulgação voluntária ambiental nas Demonstrações Financeiras Padronizadas de 2006 utilizando uma amostra de 58 empresas de alto impacto ambiental. Os autores formularam seis hipóteses relacionadas ao nível de divulgação (tamanho, rentabilidade, endividamento, empresa de auditoria, participação no Índice de Sustentabilidade Empresarial – ISE, da Bovespa, e internacionalização) e analisaram a relação existente entre notícia, evidência e veículo de divulgação. A análise de regressão empregada para testar as hipóteses relacionadas ao nível de divulgação apontou que as variáveis “tamanho”, “empresa de auditoria” e “participação no ISE” se mostram relevantes em nível de significância de 5%. A análise de conteúdo apontou relação entre as informações ambientais apresentadas de forma declarativa como uma notícia boa e as informações monetárias como uma notícia neutra.

Fernandes (2012) estudou o impacto da divulgação de informações ambientais positivas e negativas no custo de capital de 89 empresas de capital no período de 2006 a 2010. O estudo aponta que não há relação entre a divulgação e o custo de capital de terceiros, contudo, a autora ressalta que informações positivas afetam de maneira negativa o custo de capital próprio.

### 2.3 DIMENSÕES CULTURAIS DE HOFSTEDÉ

Um dos principais autores que discute as diferenças culturais é Geert Hofstede, sua pesquisa mais conhecida foi publicada na década de 80, e é base para pesquisas sobre diferenças culturais entre países que afetam os resultados organizacionais. Para o autor, a gestão deve basear suas decisões e modelo de gestão de acordo com a cultura local, mesmo porque uma empresa com diferentes filiais irá ter diferentes resultados.

De forma geral, pode-se dizer que as dimensões foram sendo exploradas ao decorrer do tempo, e novas sendo incluídas, tanto que atualmente a composição é de seis, sendo estas: distância ao poder, individualismo *versus* coletivismo, Masculinidade *versus* feminilidade, Aversão a incerteza, Orientação a longo prazo *versus* a curto prazo e indulgência. Cada uma destas dimensões é explicada a seguir:

Distância do poder - Existem basicamente dois modelos nesta dimensão: Curta distância e longa distância em relação ao poder, e o que as diferencia é a percepção sobre o conceito, por

exemplo, quando uma sociedade tem curta distância de poder, a percepção de desigualdade é compreendida como algo errado e deve ser reduzida, o máximo possível. Já na sociedade que tem distância do poder, a inequidade é algo natural da sociedade.

Em relação as posições de chefia, quando há distância do poder, há uma visão de superioridade sobre estes, as pessoas esperam ser mandadas ao que fazer, enquanto na sociedade em que a distância do poder é menor, as posições hierárquicas existem por uma questão de organização, mas chefes não são vistos como superiores, e os subordinados esperam ser consultados (Hofstede, 2014). Em suma, a dimensão de distância de poder descreve sobre as diferenças que retratam desigualdades por meio dos níveis de poder. Esta dimensão define o quanto a sociedade aceita a distribuição desigual de poder (Santana, Mendes & Mariano, 2014).

Individualismo/coletivismo - A dimensão de individualismo se refere ao grau de vínculo entre as pessoas, especialmente na autoimagem das pessoas definidas entre o 'eu' e o 'nós' (Santana; Mendes; Mariano, 2014). Em sociedade, espera-se que os indivíduos que a compõe mantenham laços soltos entre si, onde estes se veem como responsáveis por si e por seus familiares próximos. Pelo contrário, em uma sociedade coletivista as pessoas são vistas como parte de grupos, havendo uma identidade coletiva, e individualmente apenas é analisado se a pessoa faz parte ou não do grupo (Hofstede, 2014).

Aversão a incerteza - Se tratando da dimensão de aversão a incerteza, pode-se compreender como o grau que os indivíduos se sentem em relação a situações ambíguas e incertas. Nestas sociedades há uma grande necessidade de regras e necessidade de formalização, as inovações são aceitas com mais resistência por parte dessas sociedades, além de demandarem mais tempo (Hofstede, 2001). Países com alto grau de aversão a incerteza mantém um forte código de crenças e comportamentos (Santana, Mendes & Mariano, 2014).

Masculinidade/feminilidade - Nesta dimensão discute-se a predominância de valores historicamente vinculados a figura masculina como agressividade, ambição, desejo de poder; enquanto a feminilidade pode estar associada a preferência para a cooperação, modéstia, cuidar dos mais frágeis e qualidade de vida (Santana; Mendes; Mariano, 2014). Em sociedades em que a masculinidade é veemente, há uma clara segregação dos papéis entre homens e mulheres, diferente das sociedades em que a feminilidade é mais percebida, em que essa segregação é insignificante. A maior parte das sociedades é um meio termo entre masculina e feminina (Hofstede, 2014).

Por fim, a dimensão de orientação a longo prazo diz respeito a sociedades têm uma forte preocupação em estabelecer uma verdade absoluta e apresentam grande respeito pelas tradições, para as que tem visão de curto prazo. Por sua vez, em sociedades com uma orientação a longo prazo, as pessoas acreditam que a verdade depende muito da situação, do contexto e do tempo, além de mostrar maior capacidade de adaptação as novas situações (Santana, Mendes & Mariano, 2014).

De forma geral, todas essas dimensões aumentam as dificuldades nas relações entre empresas, pois cada região contará com diferentes combinações destas, o que acaba por contrastar diferenças até mesmo dentro de um mesmo país. Assim, é possível afirmar que a cultura é um fator chave para as organizações tomarem decisões, dessa maneira tem-se as hipóteses apresentadas na Tabela 1.

**Tabela 1 - Hipóteses da pesquisa**

Hipóteses	Descrição
H <sub>1</sub>	As dimensões culturais influenciam o nível de disclosure do <i>score</i> ESG
H <sub>2</sub>	As dimensões culturais influenciam o nível de disclosure do <i>score</i> de <i>Sustentabilidade</i>
H <sub>3</sub>	As dimensões culturais influenciam o nível de disclosure do <i>score</i> Social
H <sub>4</sub>	As dimensões culturais influenciam o nível de disclosure do <i>score</i> de Governança

Fonte: Desenvolvido pelos autores

### 3 METODOLOGIA

A presente pesquisa possui como objetivo analisar o papel da cultura, baseado nas dimensões de Hofstede, no *disclosure* voluntário de informações sociais e ambientais em organizações financeiras pelo mundo, para isso caracteriza-se como descritiva, documental e quantitativa. A população de pesquisa são todas as empresas do setor financeiro, sendo a amostra composta por todas essas empresas que possuíam os dados necessários para a pesquisa.

Foram excluídas da amostra por não terem os dados das dimensões culturais de Hofstede (1980) os países que se seguem: Ivory Coast, Mauritius, Rwanda, Tunisia, Uganda, Bolivia, Cayman Islands, Kazakhstan, Laos, Mongolia, Myanmar; formerly Burma, Oman, Thailand, Austria, Bosnia and Herzegovina e Macedonia. A amostra final compreendeu 6.273 instituições financeiras de 48 países diferentes, no período entre 2010 e 2018.

As organizações financeiras foram tomadas conforme suas classificações na base de dados utilizada, esses quanto ao país de pertinência, logo, ressalvas quanto a sede das organizações e desempenho de filiais, além de demais situações específicas não foram exploradas, portanto, pesquisas futuras que queiram complementar o presente trabalho investigando esses aspectos são incentivadas. A Tabela 2 abaixo apresenta a quantidade de empresas por continente que compreendeu a amostra, os Estados Unidos da América possuem classificação separada do seu continente por conta da sua expressa quantidade de instituições.

**Tabela 2 - Composição da Amostra de Pesquisa**

Continente	Quantidade de Instituições Financeiras
África e Oceania	130
América do Norte	320
América Latina	321
Ásia	1.192
EUA	2.830
Europa	1.480
Total	6.273

Fonte: Dados da Pesquisa

Os dados das seis dimensões culturais de Hofstede (1980), sendo essas Distância do Poder, Individualismo, Masculinidade, Aversão à incerteza, Orientação de Longo Prazo e Indulgência, foram coletadas do sítio eletrônico disponibilizado pelo próprio autor em <https://www.hofstede-insights.com/faq/>, sendo a ferramenta utilizada para seleção dos países a *Country Comparison Tool*, que se encontra na página inicial do site. As demais variáveis utilizadas na pesquisa foram coletadas na base de dados da Thomson Reuters®.

A amostra do setor financeiro foi escolhida por conta desse apresentar fraqueza nos quesitos divulgação, ética empresarial, questões trabalhistas e responsabilidade dos produtos, entretanto, as instituições financeiras relacionam-se melhor com a sociedade (Weber, Diaz & Schwegler, 2012), divulgando diversas informações sociais mesmo que voluntárias. A análise dos dados foi realizada por meio do software STATA, sendo a técnica estatística utilizada a regressão de dados em painel, com controle de ano.

#### 3.1 MODELOS E VARIÁVEIS

Visando verificar a influência das seis dimensões de cultura no nível de divulgação ambiental, social e de governança, assim como o índice geral de divulgação que engloba as três dimensões em uma só, adotou-se a regressão linear múltipla, com base nos estudos de Forte et al. (2014). O modelo proposto possui quatro variáveis como dependentes em diferentes momentos, sendo essas o *score ESG*, correspondendo a divulgação geral, o *score Environment* que é referente à divulgação ambiental, o *score Social* referente as divulgações sociais da empresa e, por fim, o *score Governance* referente as divulgações sobre governança. As

variáveis de controle são referentes ao tamanho e desempenho, embasadas em literatura anterior (Forte et al., 2014).

Por fim, as variáveis independentes de interesse são referentes as seis dimensões de Hofstede (1980), sendo essas Distância do Poder, Individualismo, Masculinidade, Aversão à incerteza, Orientação de Longo Prazo e Indulgência. A Tabela 3 apresenta o constructo das variáveis de pesquisa.

**Tabela 3 - Constructo da Pesquisa**

Tipo	Nome	Variável	Descrição
Dependente	Score ESG	Esg	Score obtido na Thomson
	Score Environment	Env	Score obtido na Thomson
	Score Social	Soc	Score obtido na Thomson
	Score Governance	Gov	Score obtido na Thomson
Independente Controle	Tamanho	Tam	Tam = ln(AT)
	Desempenho	Des	$Des = \frac{LL}{PL}$
Independente Interesse	Distância do Poder	Distp	Pontuação obtida no sítio eletrônico de Hofstede
	Individualismo	Ind	Pontuação obtida no sítio eletrônico de Hofstede
	Masculinidade	Masc	Pontuação obtida no sítio eletrônico de Hofstede
	Aversão à Incerteza	Aver	Pontuação obtida no sítio eletrônico de Hofstede
	Orientação de Longo Prazo	Orient	Pontuação obtida no sítio eletrônico de Hofstede
	Indulgência	Indul	Pontuação obtida no sítio eletrônico de Hofstede

Fonte: Dados da Pesquisa

Sendo assim, as Equações 1, 2, 3 e 4 apresentam os modelos utilizados na pesquisa, com base no constructo supra apresentado. De acordo com as equações, ter-se-á a resposta para cada uma das hipóteses de pesquisa de forma individual, sendo essas respectivas a cada modelo testado.

$$ESG_i = \beta_0 + \beta_1 TAM_i + \beta_2 DES_i + \beta_3 DISTP_i + \beta_4 IND_i + \beta_5 MASC_i + \beta_6 AVER_i + \beta_7 ORIENT_i + \beta_8 INDUL_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

$$ENV_i = \beta_0 + \beta_1 TAM_i + \beta_2 DES_i + \beta_3 DISTP_i + \beta_4 IND_i + \beta_5 MASC_i + \beta_6 AVER_i + \beta_7 ORIENT_i + \beta_8 INDUL_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

$$SOC_i = \beta_0 + \beta_1 TAM_i + \beta_2 DES_i + \beta_3 DISTP_i + \beta_4 IND_i + \beta_5 MASC_i + \beta_6 AVER_i + \beta_7 ORIENT_i + \beta_8 INDUL_i + \varepsilon_i \quad (3)$$

$$GOV_i = \beta_0 + \beta_1 TAM_i + \beta_2 DES_i + \beta_3 DISTP_i + \beta_4 IND_i + \beta_5 MASC_i + \beta_6 AVER_i + \beta_7 ORIENT_i + \beta_8 INDUL_i + \varepsilon_i \quad (4)$$

### 3.2 DISCLOSURE E OS SCORES DE SUSTENTABILIDADE, SOCIAL E GOVERNANÇA (ESG)

A Tabela 4 apresenta as descrições dos *scores* de *disclosures* apresentado pela base de dados da Thomson Reuters. Esses utilizados como variável dependente nos modelos de teste da pesquisa.

**Tabela 4 - Scores de Disclosure**

Nome	Descrição
Score ESG	O Thomson Reuters ESG Score é uma pontuação geral da empresa com base nas informações auto referidas nos pilares ambiental, social e de governança corporativa.

<i>Score Environment</i>	O pilar ambiental mede o impacto de uma empresa nos sistemas naturais vivos e não vivos, incluindo ar, terra e água, além de ecossistemas completos. Ele reflete o quão bem uma empresa usa as melhores práticas de gerenciamento para evitar riscos ambientais e capitalizar oportunidades ambientais, a fim de gerar valor para os acionistas a longo prazo
<i>Score Social</i>	O pilar social mede a capacidade de uma empresa de gerar confiança e lealdade com sua força de trabalho, clientes e sociedade, por meio do uso das melhores práticas de gerenciamento. É um reflexo da reputação da empresa e da integridade de sua licença de operação, que são fatores-chave na determinação de sua capacidade de gerar valor para os acionistas a longo prazo
<i>Score Governance</i>	O pilar de governança corporativa mede os sistemas e processos de uma empresa, o que garante que seus conselheiros e executivos ajam no melhor interesse de seus acionistas de longo prazo. Ele reflete a capacidade de uma empresa, por meio do uso das melhores práticas de gerenciamento, de direcionar e controlar seus direitos e responsabilidades através da criação de incentivos, bem como verificações e balanços para gerar valor para o acionista a longo prazo.

Fonte: Thomson Reuters®.

#### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A presente pesquisa teve como objetivo analisar o papel da cultura, baseado nas dimensões de Hofstede, no *disclosure* voluntário de informações sociais e ambientais em organizações financeiras pelo mundo, sendo assim foram analisadas as variáveis culturais de Hofstede, juntamente com variáveis de controle, visando explicar o *Disclosure Social*, *Environment* e *Governance*. Sendo assim, a Tabela 5 apresenta as estatísticas descritivas das variáveis de pesquisa, que visam demonstrar de forma geral quais as características das empresas que compõem a amostra em estudo.

**Tabela 5 - Análise Descritiva das variáveis da Pesquisa – 6.273 Observações**

Variáveis	Mínimo	Máximo	Média	Desvio-Padrão
$\beta_1 Tam_i$	2,8159	19,8950	10,3890	2,5513
$\beta_2 Des_i$	-3,3386	18,6000	0,5357	0,2750
$\beta_3 DistP_i$	13	100	48,5546	16,3466
$\beta_4 Ind_i$	13	91	69,6265	27,2472
$\beta_5 Masc_i$	5	95	57,1911	12,1780
$\beta_6 Aver_i$	8	100	52,2732	18,6653
$\beta_7 Orient_i$	0	100	40,5820	21,3756
$\beta_8 Indul_i$	0	97	57,2272	19,4131

Fonte: Dados da Pesquisa

De acordo com os resultados apresentados na Tabela 5 tem-se que a média do tamanho das empresas é aproximadamente 10,39, ressalta-se que a variável tamanho está apresentada como o logaritmo do ativo total e que o desempenho é representado em milhões de dólares, sendo que o mínimo é de 2,82 e o máximo de 19,9, indicando uma variação mediana para a variável. O desempenho por sua vez possui como média 0,5357, com desvio-padrão de 0,2750, o que não indica grande variabilidade das empresas quanto ao desempenho, sendo que o mínimo para essa variável é de -3,34 e o máximo é de 18,60.

O *disclosure* por sua vez apresenta 13 como menor nível e 100 como o maior nível, o que indica que enquanto algumas empresas divulgam muito pouco dos seus scores voluntários, outras divulgam 100% dessas mesmas informações, demonstrando valores e ações realizadas nesse sentido. Sendo que em média as empresas divulgam em torno de aproximadamente 50% das suas ações sociais, sustentáveis e de governança.

Entre as seis dimensões culturais de Hofstede as que apresentaram os valores menores de mínimos foram as dimensões de orientação e individualismo, sendo este de valor zerado. Em relação aos valores máximos, tem-se uma certa constância deste aspecto, uma vez que em

todas as dimensões o máximo foi maior que 90%. A dimensão de Individualismo foi a que apresentou maior média, indicando que as empresas agem mais de forma individual do que no sentido do todo (Santana, Mendes & Mariano, 2014). Já a dimensão que apresentou a menor média foi a de orientação de longo prazo, sendo que essa foi de 40%, e as demais ficaram por volta de 50%. Continuamente, a Tabela 6 apresenta os resultados para a regressão que possui como variáveis independentes os *disclosures environment, social e governance*.

**Tabela 6 – Regressão das Variáveis Dependentes *Score Environment, Social e Governance***

Variável	Enviroment		Social		Governance	
	Coef.	Sig.	Coef.	Sig.	Coef.	Sig.
$\beta_1 Tam_i$	4,097	0,000***	3,145	0,000***	2,930	0,000***
$\beta_2 Des_i$	3,500	0,000***	1,860	0,034**	2,610	0,005***
$\beta_3 DistP_i$	0,171	0,000***	0,144	0,000***	0,202	0,000***
$\beta_4 Ind_i$	0,324	0,000***	0,299	0,000***	0,213	0,000***
$\beta_5 Masc_i$	-0,193	0,000***	-0,094	0,000***	-0,046	0,042**
$\beta_6 Aver_i$	0,008	0,601	-0,006	0,665	-0,022	0,130
$\beta_7 Orient_i$	0,344	0,000***	0,166	0,000***	0,014	0,345
$\beta_8 Indul_i$	-0,026	0,170	-0,003	0,851	0,018	0,330
<b>Efeito Fixo Ano</b>	Sim		Sim		Sim	
<b>R<sup>2</sup></b>	0,2463		0,1418		0,0899	
<b>Prob &gt; F</b>	0,0000***		0,0000***		0,0000***	
<b>Observações</b>	6273		6273		6273	

$\beta_1 Tam_i$ : Tamanho;  $\beta_2 Des_i$ : Desempenho;  $\beta_3 DistP_i$ : Distância do Poder;  $\beta_4 Ind_i$ : Individualismo;  $\beta_5 Masc_i$ : Masculinidade;  $\beta_6 Aver_i$ : Aversão à incerteza;  $\beta_7 Orient_i$ : Orientação de Longo Prazo;  $\beta_8 Indul_i$ : Indulgência; Env: Environment; Soc: Social; Gov: Governance. Significante a nível de: \* 10%, \*\* 5% e \*\*\* 1%.

Fonte: Dados da Pesquisa

A Tabela 6 apresenta os resultados obtidos pelo modelo de teste onde as variáveis dependentes foram os scores *Environment, Social e Governance*. Os modelos apresentam em suma significância para as variáveis de tamanho, desempenho, distância do poder, individualidade, masculinidade e orientação de longo prazo, sendo só está última não significativa para o modelo de governança. As variáveis apresentaram todas as relações positivas com os *disclosures*, com exceção da variável de Masculinidade que teve relação inversa com os *disclosures*. Estes resultados indicam que quanto maior o tamanho, o desempenho e a cultura do país quanto à distância do poder, à individualidade e a orientação de longo prazo, maior será a sua divulgação voluntária sobre os aspectos sociais e sustentáveis.

Ainda, quanto maior o nível de masculinidade da cultura do país menor serão as mesmas divulgações. Tal resultado contrário aos demais, indica a antiguidade do conceito da superioridade da masculina, indicando que se assumido essa postura, menor será a atenção voltada para as divulgações das práticas sustentáveis e da sociedade. O que afirma a incoerência atual de assumir essa postura que, segundo Santana, Mendes e Mariano (2014) é a predominância de valores historicamente vinculados a figura masculina como agressividade, ambição, desejo de poder; enquanto a feminilidade pode estar associada a preferência para a cooperação, modéstia, cuidar dos mais frágeis e qualidade de vida.

A relação positiva da variável de desempenho e tamanho com a divulgação voluntária encontrada na pesquisa vai ao encontro dos achados de Cunha e Ribeiro (2008) que investigaram em sua pesquisa a influência das variáveis de desempenho, práticas de governança, divulgação voluntária passada e tamanho no nível de divulgação voluntária e encontraram todas as relações positivas e significativas. A relação da variável tamanho também corrobora com Murcia et al. (2008) que encontraram os mesmos resultados para a variável mencionada. Ainda, em relação à cultura, sendo as dimensões de distância do poder, individualidade e orientação de longo prazo positivas e significativas quanto a relação com a

divulgação voluntária, poder-se á inferir que essas características são compatíveis em seu conceito com os achados de Oliveira (2005) de que os principais motivos das empresas para divulgação voluntária é a demanda dos *stakeholders* e a melhoria da imagem da empresa.

É um resultado particularmente importante, visto que uma maior distância do poder indica uma maior preocupação com a equidade do poder, com às opiniões dos menores e em ser visto como justo e igual. Conforme Hofstede (2014), uma maior distância do poder significa uma visão mais igualitária dos superiores, vivenciando situações em que os subordinados, cargos inferiores ou outras instituições, são consultadas e levadas em consideração nas estratégias e tomadas de decisões gerais. Continuamente, uma maior individualidade significa uma maior atenção à sua reputação e seu desempenho, no qual a organização está visando a análise individual de seus esforços, e não a sua comparação com as outras empresas do setor. A organização visa uma vantagem individual como retorno aos seus empenhos sociais, de sustentabilidade e governança.

Por fim, ao ter-se uma maior orientação a longo prazo Santana, Mendes e Mariano (2014) afirmam que esta é uma dimensão que indica a procura em se estabelecer dependente da situação, contexto e tempo, possuindo essa grande capacidade de adaptação a novas situações. Tais características são favoráveis à divulgação voluntária, uma vez que a preocupação com os aspectos sociais, de sustentabilidade e transparência são relativamente novos e ganham importância cada vez mais, assim, a empresa com fácil adaptação, investirá maiores recursos nestes aspectos, uma vez que a mudança é necessária e bem vista, em consequência divulgará mais, com intenções de ganho positivo para a sua organização.

Os resultados da influência das variáveis na divulgação ainda vai ao encontro do que afirma Cowan e Gadenne (2005) de que são encontrados maiores informações positivas sobre as práticas socioambientais nas declarações voluntárias, uma vez que quanto maior os valores e práticas das variáveis que se fizeram significantes melhor também o cenário das empresas e, portanto, maior a lógica de declarar voluntariamente suas benfeitorias. Continuamente, a Tabela 7 apresenta os resultados do modelo de teste agora quanto ao score total de ESG.

**Tabela 7 – Regressão sendo a Variável Dependente o Score ESG**

Variável	Coef.	Sig.	t-statistic
$\beta_1 Tam_i$	3,401	0,000***	34,23
$\beta_2 Des_i$	2,650	0,000***	3,54
$\beta_3 DistP_i$	0,171	0,000***	7,06
$\beta_4 Ind_i$	0,281	0,000***	15,26
$\beta_5 Masc_i$	-0,113	0,000***	-6,19
$\beta_6 Aver_i$	-0,006	0,600	-0,52
$\beta_7 Orient_i$	0,180	0,000***	14,70
$\beta_8 Indul_i$	-0,005	0,741	-0,33
Efeito Ano		Sim	
R <sup>2</sup>		0,2177	
Prob > F		0,0000***	
Observações		6273	

$\beta_1 Tam_i$ : Tamanho;  $\beta_2 Des_i$ : Desempenho;  $\beta_3 DistP_i$ : Distância do Poder;  $\beta_4 Ind_i$ : Individualismo;  $\beta_5 Masc_i$ : Masculinidade;  $\beta_6 Aver_i$ : Aversão à incerteza;  $\beta_7 Orient_i$ : Orientação de Longo Prazo;  $\beta_8 Indul_i$ : Indulgência; Env: Environment; Soc: Social; Gov: Governance. Significante a nível de: \* 10%, \*\* 5% e \*\*\* 1%.

Fonte: Dados da Pesquisa

De acordo com os resultados da Tabela 7 tem-se que as mesmas relações observadas nas divulgações individuais permanecem na divulgação do score ESG geral, comprovando que as relações individual e geral caminham no mesmo sentido, não persistindo nenhuma dúvida da significância e relação dessas variáveis nas divulgações sociais, de sustentabilidade e de

governança. Deste modo, a análise supra realizada para os scores ESG de forma separada é válida igualmente para este cenário.

Tem-se ainda que as variáveis de Aversão ao Risco, bem como a variável de Indulgência não possuem significância no modelo geral, assim como de forma específica nos modelos anteriores. Destaca-se ainda que o poder de explicação do modelo levando em conta que são todas as empresas financeiras do mundo é totalmente satisfatório, uma vez que explica quase 22% do total das divulgações voluntárias dos bancos. Ainda, tem-se a significância do modelo à nível de 1% para o modelo de teste. A Tabela 8, por fim, apresenta a situação das variáveis de Pesquisa.

**Tabela 8 - Hipóteses de Pesquisa**

Hipóteses	Descrição	Situação
H <sub>1</sub>	As dimensões culturais influenciam o nível de disclosure do <i>score</i> ESG	Aceita
H <sub>2</sub>	As dimensões culturais influenciam o nível de disclosure do <i>score</i> de Sustentabilidade	Aceita
H <sub>3</sub>	As dimensões culturais influenciam o nível de disclosure do <i>score</i> Social	Aceita
H <sub>4</sub>	As dimensões culturais influenciam o nível de disclosure do <i>score</i> de Governança	Aceita

Fonte: Os autores.

As quatro hipóteses de pesquisa, quanto às dimensões culturais separadas ou em conjunto, foram aceitas, uma vez que essas comprovaram suas influências no nível de divulgações da empresa. O aceite de todas as hipóteses de pesquisa corrobora com a afirmação de Weber, Diaz e Schwegler (2012) de que as instituições financeiras se relacionam melhor com a sociedade, uma vez que estas divulgam diversas informações sociais voluntariamente, e visando a melhora da sua imagem com os *stakeholders* e sociedade.

Ainda, mesmo que as divulgações voluntárias não tenham um impacto direto na precificação das ações, segundo o GRI (2011) o setor financeiro é um dos setores que mais divulgam as informações socioambientais, infere-se que este fato pode ser devido à alta preocupação dessas instituições com sua imagem e bom relacionamento com a sociedade, que em longo prazo reflete de forma positiva no seu desempenho. Esta percepção vai ao encontro do que afirma Novellini e Fregonesi (2013) de que as divulgações voluntárias visam reduzir possíveis custos políticos, sociais e evidenciar informações que fortaleçam a imagem positiva da empresa.

No entanto, mesmo que a estratégia de divulgação voluntária seja bem vista e melhore a imagem da instituição para os *stakeholders* e a sociedade, Banco e Rodrigues (2008) afirmam que existe também um alto risco incumbido, uma vez que ao reportar essas informações a instituição corre também um risco reputacional. Ainda, Andrade, Gosling e Xavier (2010) afirmam que os maiores ganhos com a divulgação voluntária advêm de transparecer valores éticos e filantrópicos, e não somente por conta da divulgação. Por fim, destaca-se que as características culturais influenciam os níveis de divulgação voluntária das instituições financeiras do mundo, conforme a discussão proposta na presente análise.

## 5 CONCLUSÃO

O presente artigo visou analisar o papel da cultura, baseado nas dimensões de Hofstede, no *disclosure* voluntário de informações sociais e ambientais em organizações financeiras pelo mundo, para isso foram analisadas 6.273 observações das empresas de seis diferentes continentes, África, Oceania, América do Norte, América Latina, Ásia e Europa. O estudo caracteriza-se como descritivo, documental e quantitativo, sendo que os dados foram tratados por meio de regressão de dados em painel, e analisados sobre quatro momentos diferentes, com a variável dependente de *environment*, *social*, *governance* e o *score* geral de *ESG*.

Os resultados da pesquisa apontam que as dimensões de distância ao poder, individualismo, masculinidade e orientação de longo prazo, bem como as variáveis de controle

tamanho e desempenho influenciam o nível de divulgação de sustentabilidade, social e de governança dos países de todo o mundo. Como conclusão tem-se que as maiores empresas financeiras que apresentaram os maiores desempenhos, mais distantes do poder, mais individualistas, menos masculinas e com maior orientação para o longo prazo, apresentaram maior preocupação com a divulgação voluntária dos aspectos sociais e sustentáveis.

Em relação aos constructos individualmente é possível concluir que, o tamanho e o desempenho são determinantes do nível de divulgação das organizações financeiras, entretanto, é sabido que essa divulgação de informações sociais e ambientais de forma voluntária não traz apenas benefícios as organizações, como pode-se esperar, visto o risco de exposição gerada por estas organizações. Em relação a cultura especificamente, confirma-se o poder desta para influenciar significativamente os resultados das organizações, e apesar de organizações financeiras serem altamente reguladas e subjugadas em pesquisas na área financeira por este motivo, compreender seu cenário é necessário.

Diante disso, a presente pesquisa contribui para a literatura financeira ao passo que amplia as investigações quanto as duas temáticas em estudo, acrescentando assim riqueza de dados e informações tanto nacional quanto globais sobre divulgações e as influências das dimensões culturas nas mesmas. Ainda ao analisar o ambiente financeiro contribui-se pela possibilidade de generalização das informações geradas pelo uso de todas as empresas com dados do mundo.

## REFERÊNCIAS

- Amalric, F. The Equator Principles: a step towards sustainability. Center for Corporate Responsibility and Sustainability. *CCRS Working Paper Series*. [S.l: s.n.]. Disponível em: <<http://www.nachhaltigkeit.info/media/1317385761phpOHcawW.pdf>>. Acesso em: 29 maio. 2014, 2005.
- Andrade, M. A. M., Gosling, M. & Xavier, W. S. (2010). Por trás do discurso socialmente responsável da siderurgia mineira. *Produção*, 20(3), 418–428.
- Arrigoni, F. J. (2001) Aplicações sociais das sociedades cooperativas: um modelo de demonstração contábil. *Caderno de Estudos*, 14(25), 50–68.
- Brito, R. P. (2009). Práticas Socioambientais em Instituições Financeiras: Explorando as Motivações Estratégicas no Contexto Brasileiro. In: Global Forum América Latina, *Anais*, Curitiba. Global Forum América Latina.
- Calixto, L. (2008). Responsabilidade Socioambiental: Pública ou Privada?. *Contabilidade Vista & Revista*, 19(3), 123-147.
- Campos, L. M., Sehnem, S., Oliveira, M. A. S., Rossetto, A. M., Coelho, A. L. A. L. & Dalfovo, M. S. (2013). Relatório de sustentabilidade: perfil das organizações brasileiras e estrangeiras segundo o padrão da Global Reporting Initiative. *Gestão e Produção*, 20(4), 913-926.
- Colares, A., Bressan, V., Lamounier, W. & Borges, D. (2012). O balanço social como indicativo socioambiental das empresas do índice de sustentabilidade empresarial da BM&FBOVESPA. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, 17(Ed.Esp.), 83–100.
- Corazza, Francielle, Mazzioni, Sady & Dal Magro, Cristian Baú. (2019). Política De Responsabilidade Socioambiental Em Instituições Financeiras. In: *VI Conferência Sulamericana de Contabilidade Ambiental*.

Costa, L. A. (2008). *A estratégia de sustentabilidade como fator de geração de valor para a empresa: o caso do ABN AMRO Real, no Brasil, de 2002 a 2008*. 2008. 124f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo.

Cowan, S. & Gadenne, D. (2005). Australian corporate environmental reporting : a comparative analysis of disclosure practices across voluntary and mandatory disclosure systems. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 1(2), 165–179.

Cunha, J. V. A. (2002). Demonstração Contábil do Valor Adicionado - DVA - um instrumento de mensuração da distribuição da riqueza das empresas para os funcionários. *Vasa*, 255.

Cunha, J. V. A. & Ribeiro, M. S. (2007). Evolução e estrutura do Balanço Social no Brasil e países selecionados: um estudo empírico. *RAC - Eletrônica*, 1(2), 136–152.

\_\_\_\_\_. (2008). Divulgação voluntária de informações de natureza social: um estudo nas empresas brasileiras. *Revista de Administração - eletrônica*, 1(1).

Dye, R. (2001). An evaluation of “essays on disclosure” and the disclosure literature in accounting. *Journal of Accounting and Economics*, 32(1-3), 181–235.

Fernandes, S. (2012). A Influência do Disclosure Ambiental na Estrutura de Capital das Empresas Brasileiras listadas na BM&FBovespa. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, 7(2), 41–54.

Fregonesi, M. S. F. A. (2009). *Investimentos socioambientais na demonstração do valor adicionado: formação ou distribuição do valor adicionado?*. 2009. Tese (Doutorado em Controladoria e Contabilidade: Contabilidade) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Gonçalves, C. P. G., de Sousa Bruno, G., dos Reis Neto, J. F., & Goncalves, R. C. (2019). Responsabilidade Socioambiental como Fator de Competitividade. *Revista de Ciências Gerenciais*, 23(38), 134-138.

Hendriksen, E. S.; Van Breda, M. F. (2011). *Teoria da Contabilidade*. 5ª. ed. São Paulo: Editora Atlas.

Hu, V. & Scholtens, B. (2014). Corporate Social Responsibility Policies of Commercial Banks in Developing Countries. *Sustainable Development*, 22(4), 276–288.

Igarashi, D. C. C., Igarashi, W., Lima, E. C., Dalbello, L. & Hercos Junior, J. B. (2010). Análise do alinhamento entre o balanço social e o relatório de sustentabilidade dos três maiores bancos em atividade no Brasil. *ConTexto*, 10(18), 34–48.

Iudícibus, S., Martins, E., Gelbckee, E. R. & Santos, A. (2010). *Manual de contabilidade societária aplicável a todas as sociedades*. 1ª. ed. São Paulo: Editora Atlas. p. 794

Kitahara, José Renato. (2007). Responsabilidade social e desempenho financeiro das empresas: um estudo empírico utilizando o balanço social padrão IBASE. 2007. Dissertação (Mestrado

em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, University of São Paulo, São Paulo.

Lins, C. & Wajnberg, D. (2007). *Sustentabilidade Corporativa no Setor Financeiro Brasileiro*. Rio de Janeiro: FBDS- Fundação Brasileira para o Desenvolvimento Sustentável.

Macini, N. (2015). *Sustentabilidade e Gestão de Pessoas: evidências do setor bancário brasileiro*. Dissertação de Mestrado, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, Ribeirão Preto.

Macve, R. & Chen, X. (2010). The “equator principles”: a success for voluntary codes? *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 23(7), 890–919.

Marrewijk, M. V. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of Business Ethics*, 44, 95–105.

Moura, G. D., Pletsch, A. L. B., Cordazzo, E. G., & Mazzioni, S. (2019). Estrutura de propriedade e responsabilidade socioambiental em companhias abertas. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade (ISSN 2318-3233)*, 9(1), 6.

Murcia, F. D., Rover, S., Lima, I., Fávero, L. P. L. & Lima, G. A. S. F. L. (2008). “Disclosure Verde” nas Demonstrações Contábeis: Características da Informação Ambiental e Possíveis Explicações para a Divulgação Voluntária. *Revista UnB Contábil*, 11(1-2), 260–278.

Nascimento, M. A., Guillaumon, S., & da Costa, C. C. B. (2020). Bancos e a Cultura Nacional: Hofstede no Brasil. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, (50), 11-32.

Novelini, C. P. & Fregonesi, M. S. F. A. (2013). Análise da divulgação de informações sobre investimentos sociais por empresas que se declaram socialmente responsáveis Informações do Artigo. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 7(17).

Oliveira, J. (2005). Uma avaliação dos balanços sociais das 500 maiores. *RAE-eletrônica*, 4(1).

Paiva, L. E. B., de Andrade Araujo, F. J., De Luca, M. M. M., & de Vasconcelos, A. C. (2019). Práticas de Responsabilidade Socioambiental e o Desempenho em Pequenas e Médias Empresas Brasileiras. *Gestão & Regionalidade*, 35(106).

Ribeiro, M. D. S. (2012). Uma reflexão sobre as oportunidades para a Contabilidade Ambiental. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, 17(Ed.Esp), 4–17.

Ribeiro, M. S. & Oliveira, O. J. D. (2008). Os Princípios do Equador e a concessão de crédito sócio-ambiental. *8o. Congresso USP de Controladoria e Contabilidade*, 1–15.

Santos, A. (2007). *Demonstração do Valor Adicionado: como elaborar e analisar a DVA*. São Paulo: Atlas.

Scholtens, B. & Dam, L. (2007). Banking on the Equator. Are Banks that Adopted the Equator Principles Different from Non-Adopters? *World Development*, 35(8), 1307–1328.

Verrecchia, R. E. (2001). Essays on disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 32(1-3), 97–180.

Wajnberg, D. (2008). *Sustentabilidade nos bancos brasileiros: exame da divulgação do relacionamento entre iniciativas socioambientais e o desempenho financeiro corporativo*. 2008. 57f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Instituto COPPEAD de Administração, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

Weber, O., Diaz, M. & Schwegler, R. (2012). Corporate Social Responsibility of the Financial Sector-Strengths, Weaknesses and the Impact on Sustainable Development. *Sustainable Development*, n. May.