



Universidade de Brasília (UnB)  
Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade (FACE)  
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais (CCA)  
Bacharelado em Ciências Contábeis

LEANDRO FRANCISCO GUEDES DO CARMO

**REPUTAÇÃO CORPORATIVA E PASSIVO CONTINGENTE: UMA ANÁLISE NAS  
EMPRESAS BRASILEIRAS LISTADAS**

BRASÍLIA, DF  
2016

Professor Ivan Marques de Toledo Camargo  
Reitor da Universidade de Brasília

Professor Doutor Mauro Luiz Rabelo  
Decana de Ensino de Graduação

Professor Doutor Jaime Martins de Santana  
Decana de Pesquisa e Pós-graduação

Professor Doutor Roberto de Goés Ellery Júnior  
Diretor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Professor Doutor José Antônio de França  
Chefe do Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais

Professor Doutor Rodrigo de Souza Gonçalves  
Coordenador Geral do Programa Multi institucional e Inter-regional de  
Pós-graduação em Ciências Contábeis da UnB, UFPB e UFRN

Professor Doutor Jomar Miranda Rodrigues  
Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis – Diurno

Professor Mestre Elivânio Geraldo de Andrade  
Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis - Noturno

LEANDRO FRANCISCO GUEDES DO CARMO

**REPUTAÇÃO CORPORATIVA E PASSIVO CONTINGENTE: UMA ANÁLISE NAS  
EMPRESAS BRASILEIRAS LISTADAS**

Trabalho de Conclusão de Curso  
(Monografia) apresentado ao  
Departamento de Ciências Contábeis e  
Atuariais da Faculdade de Economia,  
Administração e Contabilidade da  
Universidade de Brasília como requisito à  
conclusão da disciplina Pesquisa em  
Ciências Contábeis e obtenção do grau de  
Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador:  
Prof. Dr. Rodrigo de Souza Gonçalves

Linha de pesquisa:  
Impactos da Contabilidade na Sociedade

Área:  
Pesquisa em contabilidade

BRASÍLIA, DF  
2016

Carmo, Leandro Francisco Guedes

Reputação Corporativa e Passivo Contingente: uma análise nas empresas brasileiras listadas./ Leandro Francisco Guedes do Carmo – Brasília, 2016.

Orientador (a): Prof. Dr. Rodrigo de Souza Gonçalves

Trabalho de Conclusão de curso (Monografia - Graduação) – Universidade de Brasília, 2º Semestre letivo de 2016.  
Bibliografia.

1. Reputação 2. Provisões 3. Contingentes. Companhias Abertas. I. (PALAVRAS-CHAVES) Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de Brasília. II. Título.

CDD –

## **REPUTAÇÃO CORPORATIVA E PASSIVO CONTINGENTE: UMA ANÁLISE NAS EMPRESAS BRASILEIRAS LISTADAS**

Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) defendido e aprovado no Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de Brasília como requisito à conclusão da disciplina Pesquisa em Ciências Contábeis e obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, aprovado pela seguinte comissão examinadora:

Prof. Dr. Rodrigo de Souza Gonçalves  
Orientador  
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais  
Universidade Brasília (UnB)

Prof. Dr. Eduardo Tadeu Vieira  
Examinador  
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais  
Universidade de Brasília (UnB)

Brasília, novembro (2016)

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente, gostaria de agradecer aos meus pais, Luiz e Sônia pelo apoio que sempre me deram, pelo amor incondicional e pela educação, pois com eles pude trilhar os caminhos de minha vida e alcançar meu sucesso pessoal.

Ao meu irmão, Luiz Júnior, que sempre me apoiou e buscou estar presente nos momentos mais difíceis.

Aos meus amigos, que buscaram me apoiar e se fizeram presentes nos meus momentos de ausência, mostrando o verdadeiro valor da amizade.

Um agradecimento especial ao Professor Dr. Rodrigo Gonçalves de Souza, que sem o qual certamente não seria possível a realização deste trabalho. Agradeço por me conceder a oportunidade de desfrutar de sua paciência, dedicação e principalmente de seu conhecimento.

E, Finalmente, agradeço também a Deus por ter me presenteado com a família e os amigos que tenho, e por ter me socorrido nas horas que mais precisei me dando saúde e forças para superar as adversidades.

*“Ser feliz não é ter uma vida perfeita, mas deixar de ser vítima dos problemas e se tornar o autor da própria história.” (Abraham Lincoln)*

## RESUMO

Este estudo investiga a associação entre a reputação corporativa e a divulgação dos passivos contingentes nas Companhias abertas do Brasil. De natureza quali-quantitativa, a pesquisa analisou cinco categorias de contingências: Trabalhista, Cível, Fiscal, Ambiental e Outras. Dividiu-se as empresas em dois grupos (1: Com Reputação e 2: Sem Reputação). Como *Proxy* para reputação corporativa utilizou-se os índices Maiores e Melhores Exame, Índice de Sustentabilidade Empresarial e Selo Top Employers. A hipótese do estudo é que as empresas com reputação corporativa apresentam menores contingências. A amostra final da população é composta por 98 companhias abertas divididas igualmente entre os dois grupos de controle. Os dados foram coletados em setembro de 2016, e são referentes a 31 de dezembro de 2015 retirados das demonstrações contábeis das empresas selecionadas. Os testes estatísticos utilizados foram Kolmogorov-Smirnov para normalidade e Kruskal-Wallis para significância. A partir dos resultados do teste aplicado, não foram encontradas evidências sobre a associação entre reputação corporativa e provisões contingentes.

**Palavras-chave:** Reputação. Provisões. Contingentes. Companhias Abertas.



## **ABSTRACT**

This study investigates the association between corporate reputation and the disclosure of contingent liabilities in the Brazilian Open Market Companies. Of qualitative and quantitative nature, the research analyzed five categories of contingencies: Labourite, Civil, Tax, Environmental and Others. The companies were divided into two groups (1: With Reputation and 2: No Reputation). As Proxy for Corporate Reputation, the indexes of Biggest and Best Exam, Corporate Sustainability and the label of Top Employers were used. The hypothesis of the study is that companies with a corporate reputation have fewer contingencies. The final population sample is composed of 98 publicly-held companies divided equally between the two control groups. The data were collected in September 2016, and refer to December 31, 2015, taken from the financial statements of the selected companies. The statistical tests used were Kolmogorov-Smirnov for normality and Kruskal-Wallis for significance. From the results of the applied tests, no evidence was found on the association between corporate reputation and contingent provisions.

**Keywords:** Reputation. Provisions. Contingents. Open Market Companies.

## SUMÁRIO

RESUMO.....	8
ABSTRACT .....	9
1. INTRODUÇÃO .....	9
2. REFERENCIAL TEÓRICO .....	11
2.1. Reputação Corporativa e <i>Disclosure</i> .....	11
2.2. Provisão, Passivo Contingente.....	12
2.3. Estudos Anteriores .....	15
3. METODOLOGIA.....	17
3.1. Maiores e Melhores Exame 2015.....	18
3.2. ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial .....	19
3.3. Top Employers Brasil 2016.....	21
3.4. Tratamento dos Dados .....	23
3.5. Variáveis .....	23
4. ANÁLISE DOS DADOS .....	25
4.1 Caracterização da Amostra .....	25
4.2 Estatísticas Descritivas (Ativo e Contingências).....	28
4.3. Caracterização das Divulgações .....	31
4.4 Análise dos Resultados .....	33
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	36
REFERÊNCIAS .....	38

## 1. INTRODUÇÃO

No atual contexto histórico percebe-se a constante pressão existente sob as organizações por parte dos *stakeholders*. Este cenário exige que as empresas trabalhem para obter uma boa imagem que venha satisfazer os interesses e cobranças da sociedade, composta de consumidores, investidores, concorrentes e mesmo os reguladores.

Tal interesse pelas ações e comportamentos das organizações impele que estas busquem por vantagens competitivas que as diferenciem das demais, e que, ao longo do tempo, possam ser sustentáveis e permitir que conquistem novos clientes e atendam às demandas da sociedade. Segundo Zambenedetti *et al* (2014, p.2) “uma boa fonte de vantagem competitiva é aquela apoiada nos ativos intangíveis, pois apresentam uma maior dificuldade de imitação por parte dos concorrentes da empresa”.

Para Caixeta (2008) a reputação corporativa é um dos ativos intangíveis que ganha cada vez mais destaque nos meios acadêmico e empresarial. Ainda, segundo o autor, um adequado gerenciamento da reputação corporativa pode trazer para a organização não somente vantagens competitivas como também benefícios que geram desempenho superior.

Se por um lado a reputação corporativa pode gerar atratividade e apreciação por parte dos *stakeholders*, por outro, uma empresa com muitas obrigações contingentes podem gerar descrédito, seja pelas incertezas acerca de seus impactos ou possíveis riscos que estas representam para o investidor. Nesse sentido Suave *et al* (2013, p.3) afirmam que “a divulgação das contingências de uma empresa é essencial para que os usuários externos possam ter acesso a informações sobre possíveis riscos inerentes à investida”.

Pouco se conhece sobre os efeitos da reputação corporativa nas organizações, entender os possíveis impactos positivos gerados por ela e se estes refletem sob as contingências divulgadas pelas empresas, pode contribuir para entender ainda mais este fenômeno. Dessa forma, o presente estudo se propõe responder à seguinte questão de pesquisa: Qual a relação existente entre reputação corporativa e a divulgação de contingências nas empresas?

Nesse contexto, o objetivo geral deste estudo trata-se de investigar a possível relação existente entre reputação corporativa e a divulgação das contingências, ou seja, parte-se da hipótese de que quanto melhor a reputação corporativa, menor serão as contingências das empresas e, portanto, menor o risco.

A fim de alcançar o objetivo proposto, foram traçados objetivos específicos, são eles: a) definir a proporção de contingências divulgadas pelas empresas em relação à seu ativo total; b) identificar indicadores de reputação corporativa e seus respectivos critérios de

avaliação; c) analisar a relação existente entre reputação corporativa e a divulgação das contingências.

Estudos realizados nesta área de pesquisa buscam esclarecer mais sobre o assunto. Trabalhos como de Bromley (2002), Gonçalves Filho *et al.* (2006), Oliveira, Daher e Oliveira (2006), e Cruz e Lima (2010), observam a possível relação existente entre reputação corporativa e a sustentabilidade. Faia, Vieira e Barreto (2014) analisam os impactos da reputação sobre as intenções de clientes enquanto Calegari *et al* (2016) estudaram os efeitos da reputação sobre o custo de capital próprio das empresas.

Portanto, o presente estudo apresenta relevância, pois a reputação corporativa representa uma temática de grande importância para as empresas. Dessa forma, pode vir a contribuir mais para o entendimento e percepção sobre a reputação corporativa, avançando no sentido de compreender os impactos da reputação sobre as empresas, fornecendo uma nova perspectiva de análise deste fenômeno.

Sabe-se que através de indicadores de reputação, é possível para a empresa destacar-se das demais, portanto, compreender sua influência sobre as organizações contribui para novas concepções sobre essa temática. O estudo ainda contribui com a expansão do conhecimento e fornece parâmetros para novas pesquisas.

Este artigo possui, além da introdução, outros quatro capítulos. A parte seguinte é composta pela revisão da literatura, apresenta inicialmente a definição para os termos reputação corporativa e *disclosure* (2.1) e também provisão e passivos contingentes são definidos (2.2), em seguida são apresentados estudos que analisaram a variável reputação corporativa (2.3). A metodologia adotada para este estudo está descrita na seção 3. Na quarta seção são apresentados análise e tratamento dos dados. Por fim, na seção de número 5, são apresentadas as conclusões e considerações finais do estudo.

## 2. REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1. Reputação Corporativa e *Disclosure*

Reputação Corporativa é um tema de interesse que tem se destacado em pesquisas nas mais diversas áreas do conhecimento como contabilidade, economia, administração e marketing. O tema segundo RÊGO (2010, p.3), “ganha projeção pelo simples fato de que, qualquer que seja a área de relacionamento em sociedade, todos os envolvidos necessitam de noções de credibilidade e confiança”. Concomitante a isso Castro (2008) afirma que reputação corporativa é uma fonte de vantagem competitiva, dessa forma, pode-se considerá-la fator relevante na geração de valor para acionistas.

Para Rosa (2006), os desafios que as organizações enfrentam, demonstram ao mercado que, além de a empresa ser conhecida se faz necessário que apresente uma boa reputação e assim inspire confiança, tenha estima e possa se destacar perante as demais. “O tema reputação corporativa tem se destacado em pesquisas na área de gestão organizacional e despertado interesse relevante, haja vista argumentos que consideram a reputação fator estratégico para a continuidade e o desenvolvimento das organizações” (CARDOSO *et al*, 2013 p.118).

Compreendendo a relevância do tema faz-se necessário definir a variável de reputação corporativa para fins desta pesquisa. Roberts e Dowling (2002) entendem que reputação corporativa pode ser compreendida como atributos que as organizações criam ao longo do tempo e assim refletem na forma com que os *stakeholders* as percebem. De acordo com Barney (1991), pode-se entender reputação como uma fonte de vantagens competitivas que agregam às organizações como recursos e que por sua vez contribuem para seu desempenho.

Nesse seguimento, Machado Filho (2006) entende que pode-se definir reputação corporativa como produto resultante da interação das organizações com o público, seja ele interno ou externo, que culminam em um status moral e socioeconômico. Esta variável por sua vez pode ser considerada como um bem intangível pertencente às entidades, oriundos de suas relações com os stakeholders, que geram desempenho financeiro de acordo com sua relação de influência sobre eles (ARTONI 2008).

Ao analisar essas definições torna-se possível observar que o termo reputação corporativa possui relações com o fluxo de influências existentes entre as organizações e a sociedade, em ambos os sentidos, e a maneira como este fluxo atua sobre o comportamento das empresas ao longo do tempo.

Para fins deste estudo faz-se necessário determinar uma forma de percepção do fluxo de influências. Calegari *et al* (2016, p. 179) afirmam que “as métricas de reputação

corporativa deveriam capturar todas estas percepções,contudo, é difícil que apenas uma medida consiga captar todas as percepções”.

Uma das maneiras possíveis para se mensurar a variável reputação corporativa é por meio da reputação relativa, conforme Davies *et al* (2003). Dessa forma poderia determiná-la através de classificações advindas de avaliações externas como As Mais Admiradas, As Melhores Empresas para Você Trabalhar, As Maiores e Melhores, conforme afirmam Vance e Ângelo (2007) e Cruz e Lima (2010).

No trabalho de elaboração de *rankings* que definam uma abordagem qualitativa ou mesmo quantitativa sobre um determinado ponto de percepção reputacional, leva-se em consideração fatores como a divulgação de informações ou *disclosure*. Segundo CRUZ e LIMA (2010, p. 88), “a divulgação de informações pode colaborar para esse processo de avaliação, contribuindo para a criação da reputação organizacional”.

A partir de então é importante salientar uma possível relação entre reputação corporativa e *disclosure*. O *disclosure* representa uma forma de comunicação sobre o desempenho das empresas, assim, torna-se importante meio de relação com os interessados sejam eles investidores, acionistas ou órgãos de supervisão, (Lins; Silva, 2007). Portanto, a divulgação das informações por parte das empresas à seus interessados podem gerar credibilidade e dessa forma refletir sobre sua reputação.

Ao assegurar maior equilíbrio acerca da compreensão dos dados da empresa interessada e seus investidores, os gestores podem garantir assim melhor reputação e evitam a dissonância informacional. É nesse sentido que Rosa e Ensslin (2009, p. 158) afirmam que “o *disclosure* possui papel essencial na redução da assimetria de informação entre os gestores e aqueles que possuem interesses na empresa, especialmente investidores”. Szüster, Szüster e Szüster (2005),entendem que a contabilidade deve evidenciar e apresentar aos *stakeholders*, em suas demonstrações,informações que contenham qualidade e assim transmitam credibilidade, dessa forma torna-se passível de ampliação da sua capacidade informativa.

Compreendendo a importância das divulgações, para este estudo entende-se que é relevante analisara possível relação entre a existência de reputação corporativa em uma empresa e o quantitativo na divulgação de contingências em suas demonstrações.

## **2.2. Provisão, Passivo Contingente**

A obrigatoriedade da divulgação dos passivos contingentes no Brasil encontra-se na aprovação do Pronunciamento Técnico CPC 25 que se deu através da Deliberação nº 594/09, que por sua vez revogou a Deliberação nº 489/05. Para Oliveira, Benetti e Varela (2011), o

Pronunciamento Técnico CPC 25 tem como objetivo assegurar o atendimento aos critérios de mensuração e reconhecimento e ainda, que sejam divulgados em nota explicativos, com o mínimo de informações que permitam a compreensão do usuário da natureza, oportunidade e valor de tais elementos.

Suave *et al.* (2013, p.4) destacam de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 25 que “os passivos contingentes não devem ser reconhecidos por não ser provável a saída de recursos que incorporem benefícios econômicos para sua liquidação e pela falta de confiabilidade na mensuração”. Niyama e Silva (2011) destacam que embora o passivo contingente não seja reconhecido, deverá ser divulgado, excetuando-se em casos que seja remota a possibilidade de saída de recursos que incorporem benefícios econômicos para sua liquidação.

Embora não devam ser reconhecidos, os passivos contingentes deve ser evidenciados, acerca disso, Suave *et al* (2013, p. 5), de acordo com o Pronunciamento Técnico CPC 25,relatam quanto à evidenciação de passivos contingentes que:

[...] indica que para cada passivo contingente a entidade deverá divulgar uma breve descrição de sua natureza, e quando praticável (a) uma estimativa do efeito financeiro conforme as regras de mensuração, considerando a melhor estimativa, risco e incerteza, valor presente e possíveis eventos futuros; (b) a indicação das incertezas relacionadas ao valor ou momento de ocorrência de qualquer saída; (c) além da possibilidade de qualquer reembolso.

Além dos passivos contingentes, o Pronunciamento Técnico CPC 25, conceitua provisões como “um passivo de prazo ou de valor incertos”, “MARTINS *et al* (2013, p.336) entende ainda que a saída de recursos futuros é considerada provável para uma provisão enquanto para um passivo contingente teria uma saída de recursos possível, mas não provável”. Jesus e Souza (2016) elucidam ainda que a distinção de um passivo contingente para uma provisão se dá através da probabilidade de uma saída de recursos.

Segundo Pronunciamento Contábil CPC 25 item 14, para que uma provisão seja reconhecida como passivo deverá atender a três condições: (a) seja uma obrigação presente, legal ou não formalizada, e resultante de evento passado; (b) seja provável a saída de recursos para a quitação da obrigação; e (c) e que possa ser feita uma estimativa confiável do valor da obrigação. Assim, deverão ser estabelecidas as probabilidades de saídas de recursos, embasadas nas evidências disponíveis.

Além de atender os critérios para reconhecimento, as provisões e passivos contingentes devem, de acordo com o Apêndice A do Pronunciamento Técnico CPC 25, serem classificados de acordo com a probabilidade de saída de recursos, que podem ser possível, provável ou remota.

Conforme a deliberação da CVM nº 594/09, essa classificação e tratamento contábil do Passivo Contingente devem ser:

- (a) Provável é quando a probabilidade de saída de recursos “for mais provável que sim do que não de ocorrer”.
- (b) Possível quando a “probabilidade de não ocorrência do evento for maior do que sua probabilidade de ocorrência”.
- (c) remota quando a “probabilidade da ocorrência for considerada praticamente nula”.

Importante salientar a necessidade de revisões periódicas nos passivos contingentes, pois uma probabilidade poderá tornar-se provável devido a eventos futuros. Jesus e Souza (2015, p. 5), reforçam que “uma provisão deverá ser reconhecida nas demonstrações contábeis no período em que ocorreu a mudança na estimativa da probabilidade, exceto nos casos em que não seja possível estabelecer uma estimativa confiável”.

Caetano *et al.* (2010) destacam a importância da evidenciação do passivo contingente nos demonstrativos contábeis e nas notas explicativas por fornecer dados úteis e confiáveis aos usuários da informação contábil. Santos (2011) afirma ainda que a falta de evidenciação de passivos contingentes pode acarretar em riscos e estes podem vir a afetar negativamente a entidade, e portanto faz-se necessária tanto nas esferas pública quanto privada.

Ribeiro, Ribeiro e Weffort (2013) reforçam a necessidade para a divulgação de contingências em notas explicativas para que se possa aumentar a transparência no mercado, pois na ocorrência de mudanças nos julgamentos ou mesmo quando a empresa incorra em perdas ou ganhos em processos, os usuários estarão cientes.

Ademais, entendido os conceitos de reputação e a importância da divulgação das contingências, seu possível impacto para as organizações e também aos usuários de suas informações, e ainda com a intenção de elucidar o tema, demonstram-se alguns estudos sobre o assunto.



### 2.3. Estudos Anteriores

No que diz respeito aos estudos sobre a temática reputação corporativa e como esta impacta as empresas, foram identificados vários trabalhos. Embora possa salientar que pesquisas estrangeiras com maior frequência, é possível identificar vários trabalhos nacionais acerca do tema. O que se pode observar quanto as pesquisas nacionais são que estas são mais empíricas e ainda que buscam analisar as relações da reputação com outros elementos empresariais, conforme pode-se observar na revisão dos trabalhos que se seguem.

Em seu trabalho Brito (2005) buscou avaliar a possível relação existente entre reputação corporativa e o desempenho econômico de agências de um banco de varejo privado brasileiro. Segundo o autor, “esperava-se que a variabilidade do desempenho econômico da agência pudesse ser explicada pela variabilidade na percepção de clientes e funcionários da reputação, imagem e identidade das respectivas agências” (BRITO, 2005, P.117). Os resultados não apontaram correlação significativa entre a percepção dos clientes sobre da imagem e da reputação das agências e o desempenho econômico dessas.

Bruni, Cavalcanti e Costa (2007) utilizaram-se do ISE como parâmetro de reputação corporativa, analisando as ações que compunham o índice à época de seu lançamento. Os resultados de seu estudo não apontaram qualquer tendência de geração ou destruição de valor para as empresas que foram incluídas no ISE.

Artoni (2008) analisou os efeitos da reputação corporativa, que tinha como *proxy* àquelas intituladas “As empresas mais admiradas do Brasil”, sobre o seu desempenho econômico-financeiro. Os resultados apontaram que reputação influencia positivamente no desempenho organizacional, ou seja, a presença das empresas no referido índice apresentam melhor desempenho organizacional.

Thomaz e Brito (2010) analisando 57 organizações, buscaram encontrar se há relação entre a reputação corporativa e as variáveis desempenho organizacional e identificação e comunicação na avaliação de clientes e funcionários. Os resultados apontaram uma relação positiva entre as variáveis reputação e desempenho operacional.

A investigação de Cardoso *et al.* (2013) buscou apontar a relação entre a reputação corporativa e o desempenho empresarial, os resultados apontam que firmas tidas com boa reputação corporativa obtiveram resultados superiores às demais. Para análise foram estudadas 84 empresas abertas e a classificação feita pelo Reputation Institute.

Calegari *et al* (2016) investigaram nas empresas brasileiras abertas, se a reputação corporativa contribui para um custo de capital próprio menor. Como *proxy* para reputação corporativa utilizou-se os índices ISD, ISE e o *ranking* As melhores da Dinheiro. O período

analisado foi de 2008 à 2012 num total de 56 empresas e foi encontrada relação negativa com os dois índices, ISE e ISD, e positiva quanto ao *ranking* As melhores da Dinheiro, em relação a variável dependente – custo de capital próprio.

### 3. METODOLOGIA

O presente estudo enquadra-se quanto à classificação metodológica como descritivo, com abordagem quali-quantitativa. De acordo com Martins e Lintz (2000), o objeto a ser estudado poderá dar ênfase maior à avaliações quantitativas ou mesmo qualitativas, mas, ocorrem aqueles que podem se comportar tanto quantitativa quanto qualitativamente, sendo falsa a dicotomia entre pesquisa quantitativa e pesquisa qualitativa.

Para Creswell e Clark (2007), pode-se denominar estas pesquisas como *mixed methods research*, isso porque existem avaliações utilizando métodos variados na coleta e análise dos dados, que podem ser tanto qualitativas como quantitativas, para que se possa compreender melhor o estudo, afim de ter uma visão amplificada do objeto.

Segundo Gil (2002, p.42) “as pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

Para alcançar os objetivos propostos pelo estudo, na amostragem, foram selecionadas as empresas listadas na BM&FBovespa, juntamente com àquelas que fizeram parte do índice Maiores e Melhores Exame 2015, ISE- Índice de Sustentabilidade Empresarial 2015 - BM&FBovespa, e também àquelas que figuraram no selo Top Employers Brasil 2016 promovido pelo Top Employers Institute.

Os dados para o estudo foram coletados a partir das Demonstrações Financeiras Padronizadas – DFP e em notas explicativas, com o objetivo de identificar a evidenciação dos passivos contingentes.

A fim de delimitar a amostra buscou-se as empresas abertas cujas demonstrações figuram de acordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil, que compreendem a Lei das Sociedades por Ações, as normas da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e os pronunciamentos do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), que por sua vez, estão em conformidade com as normas internacionais de relatório financeiro (IFRS) emitidas pelo *International Accounting Standards Board* (IASB).

No tocante à análise dos dados, foram formados dois grupos de estudos. O primeiro grupo foi constituído pelas empresas que apresentam classificação em algum dos índices selecionados. Essas empresas figuram como àquelas que apresentam reputação corporativa. Já o segundo grupo foi formado por empresas não pertencentes à nenhum desses índices, portanto, para fins deste estudo, não apresentam reputação corporativa.

A seguir estão as etapas para seleção da amostra final para o estudo, a partir do número inicial que contemplam todas as empresas listadas e as não listadas integrantes dos índices.

Tabela 1- Grupo de empresas selecionadas para o estudo.

Empresas	Amostra Inicial	Menos Empresas Setor Financeiro	Menos Empresas não Listadas em Bolsa	Menos Empresas que não atendem aos demais critérios da Amostra	Amostra Final
Com Reputação	155	64	35	7	49
Sem Reputação	296	32	0	215	49
Total	451	96	35	222	98

Fonte: Elaborada pelo autor.

O total de 451 empresas que compuseram a amostra estão contidas as 352 empresas listadas na BM&FBovespa acrescidas das 99 empresas que fazem parte dos índices de reputação, porém não estão listadas. Cada etapa da seleção evidencia o número de empresas retiradas por não atenderem aos critérios mencionados, chegando ao final no número total que irá compor a amostra a ser estudada dentro dos grupos com Reputação e sem Reputação Corporativa.

A partir desta seleção inicial destaca-se abaixo a amostra das empresas que compõem o grupo representado por aquelas que possuem reputação corporativa, divididas pelos critérios de cada índice de reputação.

### 3.1. Maiores e Melhores Exame 2015

De acordo com o site da EXAME, para compor o índice foram analisadas as 3.000 (três mil) maiores empresas que divulgaram seus balanços no Diário Oficial dos estados no período até 15 de maio de 2015. Além das empresas listadas, também foram analisadas companhias limitadas que enviaram seus dados para análise das Maiores e Melhores e responderam ao questionário. Outro grupo que fez parte da análise foram as empresas de porte significativo e reconhecidas no mercado cujo faturamento pode ser estimado pelos analistas.

Para compor o índice, a revista EXAME descreve em seu site que, considerou os balanços individuais de cada empresa a fim de medir seu desempenho individualmente. Outros aspectos levados em consideração pela revista, para elaboração do ranking foram as vendas líquidas ajustadas pela inflação do período, como principal fator, além de informações como lucro ou prejuízo, patrimônio, crescimento das vendas, rentabilidade, liquidez, endividamento, riqueza gerada e riqueza criada por empregado.

Ressalta-se ainda no site da revista Exame que todos os cálculos para fins de comparação de desempenho com anos anteriores são levados em consideração os ajustes de inflação e oscilação cambial a fim de eliminar os efeitos causados por essas distorções e assim prejudicar alguma empresa que compõe o grupo. A inflação considerada foi para o dia 31 de dezembro de 2014.

A amostra selecionada para compor o estudo levou em consideração as 100 (cem) maiores empresas deste índice. Foram excluídas empresas com matriz em outros países, empresas que atuam no setor financeiro e de seguros, e ainda aquelas que não estão listadas em bolsa, mas figuram entre as Maiores e Melhores, como mencionado nos critérios de seleção da amostra. Após exclusões, a amostra dividida por setor de atuação apresentou-se conforme tabela:

Tabela 2 – Grupo de empresas selecionadas do índice Maiores e Melhores  
Revista Exame - 2015

<b>Setores analisados</b>	<b>Número de empresas por setor</b>
Consumo e Varejo	10
Energia e Saneamento	10
Industrial	1
Mineração	1
Papel e Celulose	1
Petróleo e Gás	2
Petroquímico	2
Saúde	1
Siderúrgico	3
Telecomunicações	3
Transporte e Logística	1
<b>Total</b>	<b>35</b>

Fonte: Elaborada pelo autor.

Dessa forma, do total das 100 empresas iniciais, depois de excluídas aquelas que não atenderam aos critérios estabelecidos, restaram 35 empresas de 12 setores de atuação.

### **3.2. ISE – Índice de Sustentabilidade Empresarial**

O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), produzido pela Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP), em parceria com a BM&FBovespa, desde o ano de 2005, e estimula a responsabilidade ética das corporações.

De acordo com a Fundação Getúlio Vargas – FGV, o ISE é considerado uma ferramenta de análise comparativa da performance das empresas listadas na BM&FBOVESPA que leva em consideração aspectos da sustentabilidade corporativa, pautadas na eficiência econômica, no equilíbrio ambiental, justiça social e em governança corporativa. Possui como objetivo trazer informações sobre empresas e grupos que possuem comprometimento com a sustentabilidade.

Os aspectos levados em consideração para elaboração do índice, de acordo com a FGV, são: “nível de compromisso com o desenvolvimento sustentável, equidade, transparência e prestação de contas, natureza do produto, além do desempenho empresarial nas dimensões econômico-financeira, social, ambiental e de mudanças climáticas”.

De acordo com o site da ISE BM&FBovespa, figuraram a amostra 180 companhias que detinham as 200 ações mais líquidas da Bolsa no fechamento do ano de 2014. A carteira selecionada contempla 38 ações de 34 companhias, que atuam 16 setores e possuem juntas um valor de mercado de R\$ 960,52 bilhões. O processo teve a Asseguração da KPMG, com parecer emitido sem ressalvas em relação ao processo.

Tabela 3 – Grupo de empresas selecionadas do Índice de Sustentabilidade Empresarial, BM&FBovespa - 2015

<b>Setores analisados</b>	<b>Número de empresas por setor</b>
Consumo e Varejo	5
Energia e Saneamento	10
Imobiliário e Construção	2
Industrial	2
Papel e Celulose	2
Petroquímico	1
Saúde	1
Telecomunicações	2
Transporte e Logística	2
<b>Total</b>	<b>27</b>

Fonte: Elaborada pelo autor.

Para análise no estudo foram excluídas todas as empresas pertencentes ao setor financeiro. A amostra, dividida por setor de atuação, ficou como mostrado na Tabela 3. Como resultado após exclusões restaram apenas 27 das 34 empresas que compuseram a amostra inicial.

### 3.3. Top Employers Brasil 2016

De acordo com o Top Employers Institute, o selo Top Employers visa contemplar as empresas que alcancem padrões de excelência em condições de funcionários. Ao avaliar o setor de Recursos Humanos – RH das empresas, leva-se em consideração aspectos como estratégia, implementação de políticas, monitoramento e comunicação de condições de emprego e desenvolvimento.

No sítio eletrônico do Instituto afirmam que entraram para amostra as empresas que atenderam aos critérios de possuir no mínimo de 250 trabalhadores a nível nacional ou, em caso de empresa multinacional, possuir mínimo de 2.500 funcionários no mundo todo.

O Instituto traz em seu site uma descrição das etapas, onde as empresas selecionadas são submetidas a um questionário que contempla os aspectos: Estratégia do Talento, Planejamento da mão-de-obra, Integração, Aprendizagem e desenvolvimento, Gestão de desempenho, Desenvolvimento da liderança, Gestão da carreira e sucessão, Remuneração e benefícios e Cultura. O questionário passa por processos de validação, de auditoria, feita por uma empresa externa, e avaliação que vem sucedida de um relatório de *feedback* contendo dados de contemplação ou razões de desclassificação.

Como resultado foram certificadas 26 empresas brasileiras. Para a amostra do estudo foram selecionadas aquelas que atenderam aos critérios de seleção e se apresentam conforme tabela a seguir.

Tabela 4 – Grupo de empresas contempladas pelo selo Top Employers  
Brasil - 2016

Setores analisados	Número de empresas por setor
Imobiliário e Construção	1
Papel e Celulose	1
<b>Total</b>	<b>2</b>

Fonte: Elaborada pelo autor.

Vale ressaltar que existem empresas que pertencem a mais de um índice de reputação corporativa, representadas como tabela abaixo. Dessa forma a amostra que compõe o grupo de empresas que apresentam, para o estudo, reputação corporativa é constituída de 49 empresas, pertencentes a 12 setores.

A Tabela 5 evidencia que do total de quatorze empresas estão contidas em mais de um índice de reputação e assim entrarão apenas uma vez para a contagem do número total de empresas pertencentes ao grupo composto pelas empresas que apresentam reputação corporativa. Destas nenhuma apresentou-se nos três índices.

Tabela 5 – Classificação da amostra de empresas conforme número de índices de reputação corporativa que aparecem - 2015

<b>Setores analisados</b>	<b>Um índice</b>	<b>Mais de um índice</b>	<b>Total</b>
Consumo e Varejo	7	4	11
Energia e Saneamento	9	5	14
Imobiliário e Construção	3	0	3
Industrial	1	1	2
Mineração	1	0	1
Papel e Celulose	2	1	3
Petróleo e Gás	2	0	2
Petroquímico	1	1	2
Saúde	2	0	2
Siderúrgico	3	0	3
Telecomunicações	1	2	3
Transporte e Logística	3	0	3
<b>Total</b>	<b>35</b>	<b>14</b>	<b>49</b>

Fonte: Elaborada pelo autor.

Dessa forma a amostra deste trabalho que compõe o grupo de empresas que apresentam, para o estudo, reputação corporativa é constituída de 56 empresas, pertencentes a 12 setores.

Para o segundo grupo de controle, selecionou-se as empresas que representam aquelas que não apresentam reputação corporativa, ou seja, não estão presentes em nenhum dos índices selecionados; buscou-se àquelas que estão presentes nos mesmos setores de atuação e em número semelhante com a amostra das empresas que fazem parte do grupo daquelas que possuem reputação corporativa.

Buscou-se ainda, selecionar empresas cujo porte seja o mais próximo possível daquelas que estão contidas no primeiro grupo de controle, representado pelas empresas com reputação corporativa, a fim de minimizar possíveis distorções provocadas pela disparidade devido a essa variável.

A tabela seis evidencia o total de empresas selecionadas para a amostra daquelas pertencentes ao grupo sem Reputação Corporativa, discriminada por setores de atuação, contendo o número de empresas de cada setor e assim sua participação, atendendo os critérios da amostra.



Tabela 6 – Grupo de empresas sem Reputação Corporativa, listadas na BM&FBovespa – Dezembro de 2015

Setores analisados	Número de empresas por setor
Consumo e Varejo	11
Energia e Saneamento	15
Imobiliário e Construção	4
Industrial	3
Mineração	2
Papel e Celulose	2
Petróleo e Gás	2
Petroquímico	2
Saúde	3
Siderúrgico	1
Telecomunicações	1
Transporte e Logística	3
<b>Total</b>	<b>49</b>

Fonte: Elaborada pelo autor.

Conforme evidenciado na tabela, a amostra final para o segundo grupo de controle, composto por empresas que não possuem representação nos índices de reputação corporativa, é composta por 49 empresas de 12 setores.

### 3.4. Tratamento dos Dados

Para alcançar o primeiro objetivo proposto de definir a proporção de contingências divulgadas pelas empresas em relação ao seu ativo total foram levantados nas demonstrações o quantitativo referente às contingências e ativo total durante primeira etapa do tratamento dos dados. Em seguida as contingências foram classificadas em 5 tipos: Tributária; Trabalhista; Civil; Ambiental; e outras.

Durante a segunda etapa foram feitos os testes de Kolmogorov-Smirnov (para análise da distribuição quanto à normalidade da amostra) e Kruskal-Wallis a fim de identificar possíveis associações entre a variável reputação corporativa e os tipos de contingências. Os dados utilizados durante esta etapa de análises foram obtidos a partir dos resultados da primeira etapa da análise.

### 3.5. Variáveis

Para alcançar os objetivos desta pesquisa, foi utilizada a abordagem do estudo realizado por Maragno (2016). Em seu estudo, busca determinar a representatividade de cada variável observada, atribuindo-se uma classificação binária. Essa classificação binária, para

fins deste trabalho, consiste em observar a ocorrência ou não da contingência, enquanto no estudo de Maragno observa-se a ocorrência ou não de conformidade entre as variáveis de estudo. Assim, para cada item atendido atribuiu-se o valor (1) e, para a informação não atendida, atribui-se o valor (0).

A tabela abaixo evidencia as variáveis escolhidas que foram associadas na Análise da Correlação, pela qual pode-se testar a hipótese.

Tabela 7 – Variáveis do estudo

<b>Variável Tipo de Contingência</b>	Fiscal		Trabalhista		Cível		Ambiental		Outras	
Valor Atribuído	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
Quantidade	89	9	96	2	90	8	21	77	38	60
<b>Variável Proporção de Contingências</b>	Menor Contingência				Contingência					
Valor Atribuído	0				1					
Quantidade	49				49					
<b>Variável Reputação</b>	Com Reputação Corporativa				Sem Reputação Corporativa					
Valor Atribuído	1				0					
Quantidade	49				49					

Fonte: Elaborada pelo autor.

Para determinar o número de empresas na variável Proporção de Contingências utilizou-se a mediana do total das contingências. Como mediana foi encontrado o valor de 1,65%. Aquelas que se apresentaram acima da mediana tiveram valor atribuído (1), aquelas que ficaram abaixo valor (0). O primeiro grupo foi denominado Contingência e o segundo Menor Contingência. Encontrou-se no grupo com reputação 34 empresas com menor contingência e 15 com Contingência, e para o grupo sem reputação, 15 empresas com menores contingências e 35 com Contingência

#### 4. ANÁLISE DOS DADOS

Este capítulo inicia-se com a caracterização das empresas investigadas, em seguida foram apresentadas as análises acerca das proporções das contingências na amostra selecionada. Por fim, são apresentadas as pontuações sobre reputação e evidenciação do passivo contingente e segue-se com a análise da homogeneidade.

##### 4.1 Caracterização da Amostra

Neste tópico, apresentam-se as características da amostra. Foram selecionadas um total de 98 empresas, atuantes em 12 setores. A tabela oito representa quanto cada setor contribui para o ativo total e também para os passivos contingentes totais.

Tabela 8 – Caracterização da Amostra classificada em milhares de reais - dados 2015.

Setor	Número de Empresas		Ativo		Contingências	
	Total (em milhares de reais)	Total (%)	Total (em milhares de reais)	Total (%)	Total (em milhares de reais)	Total (%)
Consumo e Varejo	22	22,4%	484.343.961	15,5%	7.527.556	7,8%
Energia e Saneamento	29	29,6%	576.606.710	18,5%	27.255.529	28,4%
Imobiliário e Construção	7	7,1%	67.298.831	2,2%	490.129	0,5%
Industrial	5	5,1%	73.856.095	2,4%	896.267	0,9%
Mineração	3	3,1%	351.258.605	11,3%	3.407.930	3,6%
Papel e Celulose	5	5,1%	87.094.246	2,8%	1.707.213	1,8%
Petróleo e Gás	4	4,1%	919.933.746	29,5%	9.059.368	9,4%
Petroquímico	4	4,1%	85.925.907	2,8%	7.829.110	8,2%
Saúde	5	5,1%	16.062.803	0,5%	407.697	0,4%
Siderúrgico	4	4,1%	146.926.387	4,7%	2.975.670	3,1%
Telecomunicações	4	4,1%	236.733.206	7,6%	33.378.293	34,8%
Transporte e Logística	6	5,1%	74.201.392	2,4%	1.046.343	1,1%
<b>Total</b>	98	100%	3.120.241.889	100%	95.981.105	100%

Fonte: Dados da pesquisa.

Observa-se na amostra maior participação das empresas dos setores de Energia e Saneamento e Consumo e Varejo com representatividade de 29,6% e 22,4% respectivamente. Com menor representatividade encontra-se o setor de mineração, com apenas três empresas que correspondem à 3,1% da amostra total.

Apesar da pouca expressividade dos setores de Petróleo e Gás quanto ao número de empresas integrantes da amostra, observa-se em relação ao ativo total, que este setor corresponde a 29,5%, tal fato se explica pela participação da Estatal Petrobrás que

isoladamente corresponde a 28,8% do ativo total das empresas selecionadas. Em seguida aparece o setor de Energia e Saneamento que corresponde a 18,5% do ativo total da amostra, e com menor participação o setor de saúde, com apenas 0,5%.

Em se tratando do volume de Passivos contingentes divulgados, pode-se observar de acordo com a tabela que o setor que contribui com maior participação é Telecomunicações, correspondendo a 34,8% do total. Fato que impulsionou esse montante mais expressivo é a atual condição da empresa OI, com contingências totais que montam cerca de 26 bilhões de reais com a maior parte representada pelas contingências de origem Fiscal. O setor de saúde se destaca com menos contingências divulgadas correspondendo por apenas 0,4% do total.

A tabela oito mostra ainda, em milhares de reais, o valor de R\$ 3.120.241.889, total de ativos das empresas selecionadas, e R\$95.981.105 o total das contingências. Para compreender melhor as contingências divulgadas, a tabela nove contém a descrição detalhada de acordo com a origem das contingências.

Tabela 9 – Origem das Contingências.

<b>Origem</b>	<b>Trabalhista</b>	<b>Cível</b>	<b>Fiscal</b>	<b>Ambiental</b>	<b>Outras</b>	<b>Total</b>
Total (milhares de reais)	18.757.346	24.989.260	47.251.647	1.646.157	3.336.695	95.981.105
Total (%)	19,5%	26,0%	49,2%	1,7%	3,5%	100%

Fonte: Dados da Pesquisa.

Pode-se observar que as contingências de origem Fiscal correspondem a 49,2% do total divulgado e obteve assim a maior representatividade dentre as demais. As contingências de origem Ambiental foram as que figuraram com menor contribuição para o total das contingências, representando apenas 1,7% do total.

Dentro de cada grupo de contingências pode-se distinguir a participação dos setores cujas empresas da amostra figuram. A tabela dez mostra detalhadamente a participação de cada um deles e milhares de reais.

A partir da tabela pode-se observar os volumes mais significantes dentro de cada grupo de contingências. Destacam-se com maior participação nas contingências de origem trabalhista os setores de Energia e Saneamento e Petróleo e gás, e com menor representatividade o setor Imobiliário e Construção.

Para as contingências de origem Fiscal, Cível, e Outras, destacam-se com maior notabilidade os setores de Telecomunicações para o primeiro, e Energia e Saneamento para os demais. Nessas origens ainda figuram com menor expressividade os setores Imobiliário e construção para o grupo de contingências Fiscais, Saúde no grupo Cível, nas contingências de

outras origens participam os setores de Mineração, Papel e Celulose e Transporte e Logística sem representatividade.

Tabela 10 – Origem das contingências dentro de cada setor em milhares de reais.

<b>Setor</b>	<b>Trabalhista R\$ Mil</b>	<b>Cível R\$ Mil</b>	<b>Fiscal R\$ Mil</b>	<b>Ambiental R\$ Mil</b>	<b>Outras R\$ Mil</b>	<b>Total</b>
Consumo e Varejo	2.961.228	811.383	3.279.436	3.240	472.269	7.527.556
Energia e Saneamento	4.705.707	16.780.902	3.132.242	1.246.698	1.389.980	27.255.529
Imobiliário e Construção	165.729	232.755	66.589	3.101	21.955	490.129
Industrial	483.839	88.745	272.173	14.058	37.452	896.267
Mineração	1.955.329	315.476	1.057.711	79.414	0	3.407.930
Papel e Celulose	435.117	136.239	1.135.857	0	0	1.707.213
Petróleo e Gás	3.393.254	2.254.157	3.114.957	282.000	15.000	9.059.368
Petroquímico	676.080	667.470	6.484.955	0	605	7.829.110
Saúde	303.803	17.612	80.590	0	5.692	407.697
Siderúrgico	1.075.851	292.803	1.481.345	17.646	108.025	2.975.670
Telecomunicações	2.059.426	2.999.915	27.033.235	0	1.285.717	33.378.293
Transporte e Logística	541.983	391.803	112.557	0	0	1.046.343
<b>Total</b>	<b>18.757.346</b>	<b>24.989.260</b>	<b>47.251.646</b>	<b>1.646.157</b>	<b>3.336.695</b>	<b>95.981.104</b>

Fonte: Dados da pesquisa.

Destacam-se ainda os setores de Papel e Celulose, Petroquímico, Saúde, Telecomunicações e Transporte e Logística que não apresentaram contingências de origem Ambiental.

A tabela onze apresenta os dados referentes a proporção que cada setor apresentou dentro de cada um desses grupos de contingências. Foi discriminada verticalmente a porcentagem que determinado setor apresentou diante do total de contingências observadas dentro de cada uma das categorias de provisões contingentes, somando-se assim ao final o valor total de 100%.

Proporcionalmente observa notória expressividade das contingências de origem ambiental no setor de Energia e Saneamento, que sozinho, representam 75,7% do total de contingências nessa classe. Este setor também é responsável pela maior proporção em relação às categorias Cível com representatividade de 67,2%, Outras com 41,7% e Trabalhista com 25,1%.

Na categoria contingências de origem Fiscal, destaca-se o setor de Telecomunicações com 57,2% do total, representado em quase sua totalidade pelas contingências da empresa OI que passa por processos de recuperação judicial.

Tabela 11 – Origem das contingências dentro de cada setor em percentuais.

<b>Setor</b>	<b>Trabalhista (%)</b>	<b>Cível (%)</b>	<b>Fiscal (%)</b>	<b>Ambiental (%)</b>	<b>Outras (%)</b>
Consumo e Varejo	15,8%	3,2%	6,9%	0,2%	14,2%
Energia e Saneamento	25,1%	67,2%	6,6%	75,7%	41,7%
Imobiliário e Construção	0,9%	0,9%	0,1%	0,2%	0,7%
Industrial	2,6%	0,4%	0,6%	0,9%	1,1%
Mineração	10,4%	1,3%	2,2%	4,8%	0,0%
Papel e Celulose	2,3%	0,5%	2,4%	0,0%	0,0%
Petróleo e Gás	18,1%	9,0%	6,6%	17,1%	0,4%
Petroquímico	3,6%	2,7%	13,7%	0,0%	0,0%
Saúde	1,6%	0,1%	0,2%	0,0%	0,2%
Siderúrgico	5,7%	1,2%	3,1%	1,1%	3,2%
Telecomunicações	11,0%	12,0%	57,2%	0,0%	38,5%
Transporte e Logística	2,9%	1,6%	0,2%	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Fonte: Dados da pesquisa.

O detalhamento efetivo da amostra auxilia os cálculos das estatísticas descritivas acerca do volume de contingências sobre ativos. O tópico a seguir evidencia detalhadamente os cálculos.

#### 4.2 Estatísticas Descritivas (Ativo e Contingências)

A fim de compreender melhor o comportamento das contingências, são apresentadas a seguir as estatísticas acerca do comprometimento das organizações em relação à seus ativos.

Tabela 12 – Estatísticas descritivas dos passivos contingentes em relação ao ativo.

<b>Grupo</b>	<b>Média</b>	<b>Mediana</b>	<b>Máximo</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Desvio Padrão</b>	<b>Variância</b>
Grupo com Reputação	3,19%	1,40%	26,87%	0,22%	4,83%	0,23%
Grupo sem Reputação	2,77%	1,92%	21,4%	0,04%	3,54%	0,13%
Geral	2,98%	1,65%	26,87%	0,04%	4,22%	0,18%

Fonte: Dados da pesquisa.

Na tabela são descritos os grupos de estudo Empresas com Reputação e Empresas sem Reputação Corporativa, além dos dados gerais da amostra. Em relação à média de comprometimento do ativo com contingências, percebe-se que grupo com Reputação apresenta-se com média superior ao grupo sem Reputação, e ainda acima da média geral. Esse dado aponta que em médias as empresas elencadas nos índices das empresas do grupo com reputação apresentam contingências proporcionais aos seus ativos superiores ao grupo sem reputação. Tal fato se reflete nos máximos e mínimos da amostra, os quais se mostram superiores nas empresas pertencentes ao grupo com Reputação Corporativa.

A fim de compreender melhor o comportamento das contingências dentro de cada grupo, são apresentados a seguir os dados estatísticos dentro dos setores de atuação das empresas da amostra.

Tabela 13 -Estatísticas descritivas do grupo com Reputação separado por setor.

<b>Setor</b>	<b>Média</b>	<b>Mediana</b>	<b>Máximo</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Desvio Padrão</b>	<b>Variância</b>
Consumo e Varejo	2,57%	1,69%	9,25%	0,22%	2,61%	0,07%
Energia e Saneamento	3,88%	1,68%	14,25%	0,32%	4,83%	0,23%
Imobiliário e Construção	0,99%	1,04%	1,58%	0,35%	5,65%	0,00%**
Industrial	1,41%	1,41%	2,38%	0,44%	1,37%	0,02%
Mineração	0,93%	0,93%	0,93%	0,93%	-	-
Papel e Celulose	2,08%	1,17%	4,35%	0,70%	1,99%	0,04%
Petróleo e Gás	0,91%	0,91%	0,97%	0,84%	0,09%	0,00%**
Petroquímico	6,10%	6,10%	11,71%	0,48%	7,94%	0,63%
Saúde	0,76%	0,76%	1,30%	0,23%	0,75%	0,01%
Siderúrgico	1,99%	2,01%	2,25%	1,72%	0,26%	0,00%**
Telecomunicações	11,57%	6,68%	26,87%	1,15%	13,54%	1,83%
Transporte e Logística	1,52%	1,39%	2,74%	0,43%	1,16%	0,01%

Fonte: Dados da pesquisa.

\*\* Inferiores à 0,001%

De acordo com os dados é possível perceber que alguns setores destacam-se com contingências relativas elevadas em relação aos demais, como pode-se perceber nos setores de Telecomunicações com média 11,57% e Petroquímico 6,10%. Destacam-se com menor média de contingências os setores Saúde e Imobiliário e Construção com médias 0,76% e 0,99% respectivamente.

O setor de Mineração contou com apenas uma empresa na amostra do grupo composto pelas empresas contidas nos índices de reputação, portanto não foram possíveis os cálculos de média, desvio-padrão e variância. Mediana, máximo e mínimo são representados pelo endividamento da empresa Vale, única representante do setor.

Em se tratando do grupo composto pelas empresas sem reputação, o detalhamento entre setores evidencia médias mais elevadas para Saúde e Mineração, apresentando respectivamente 8,14% e 4,26% e menores médias Papel e Celulose e Imobiliário e Construção apresentando como resultado médio 0,59% e 0,74%.

Na segunda tabela os setores Siderúrgico e Telecomunicações contaram com apenas uma empresa para amostra. Dessa forma não foram efetuados os cálculos relativos à média, desvio-padrão e variância.

Os setores Siderúrgico e Telecomunicações apresentaram apenas uma empresa para a amostra portanto, não apresentam dados para desvio padrão e variância.

Tabela 14 -Estatísticas descritivas do grupo sem Reputação separado por setor.

Setor	Média	Mediana	Máximo	Mínimo	Desvio Padrão	Variância
Consumo e Varejo	2,32%	1,41%	6,69%	0,66%	2,06%	0,04%
Energia e Saneamento	2,68%	2,47%	9,49%	0,04%	2,29%	0,05%
Imobiliário e Construção	0,74%	0,40%	1,92%	0,23%	0,80%	0,01%
Industrial	4,20%	0,70%	11,35%	0,54%	6,20%	0,38%
Mineração	4,26%	4,26%	5,18%	3,33%	1,31%	0,02%
Papel e Celulose	0,59%	0,59%	1,06%	0,12%	0,67%	0,00%**
Petróleo e Gás	2,23%	2,23%	2,85%	1,61%	0,88%	0,01%
Petroquímico	3,57%	3,57%	3,65%	3,48%	0,12%	0,00%**
Saúde	8,14%	1,73%	21,40%	1,28%	11,49%	1,32%
Siderúrgico	0,74%	0,74%	0,74%	0,74%	-	-
Telecomunicações	4,21%	4,21%	4,21%	4,21%	-	-
Transporte e Logística	1,30%	1,12%	2,28%	0,52%	0,89%	0,01%

Fonte: Dados da pesquisa.

\*\* Inferiores à 0,001%

O desvio padrão mostra o quanto os valores estão distantes da média, observa-se assim setores que possuem empresas com contingências proporcionais aos ativos muito acima da média como nos setores Industrial e Saúde apresentam essa medida de dispersão com valores expressivos representando 6,20% e 11,49% respectivamente. Comparando-se os dois grupos destacam-se figurando entre as menores médias de contingências em relação ao ativo os setores Imobiliário e Construção.

Outro ponto importante para analisar são as estatísticas descritivas da amostra total das contingências. Essas estatísticas fornecem parâmetros para os testes do tópico a seguir.

Na tabela estão contidos os valores referentes à média, mediana e desvio padrão referentes aos montantes de contingências. São discriminados por tipo de contingência além do montante das contingências, o valor do ativo total e a relação entre passivo contingente e ativo total. Em seguida são apresentados os valores referentes às porcentagens de 25%, 50% e 75%.

A Tabela 15 traz os dados referentes aos quantitativos de contingências para todas as empresas, desconsiderando a reputação. As 98 empresas analisadas apresentam em média um ativo de R\$31.813.896,72. A proporção das contingências sobre o ativo total segue uma média de 2,98% enquanto sua mediana fica em 1,65%.



Tabela 15 – Estatísticas descritivas de todas empresas

	N		Mean	Median	Std. Deviation	Percentiles		
	Valid	Missing				25	50	75
Trabalhista	98	0	191320.18	49554.50	417104.907	15353.5	49554.5	203588.0
Cível	98	0	254930.87	26531.00	1291571.883	3390.25	26531.00	97247.75
Fiscal	98	0	482110.23	22974.50	2518252.496	2495.25	22974.50	109593.50
Ambiental	98	0	16797.52	.00	96555.582	.00	.00	.00
Outros	98	0	34047.91	.00	147381.119	.00	.00	5874.50
Passivo Conting.	98	0	979206.31	194085.50	3216163.844	46087.0	194085.50	490638.50
Ativo Total	98	0	31813896.72	9201520.00	98220788.94	4430156.0	9201520.0	25739814.75
Cont/ Ativo	98	0	.02980540	0.01652900	.042171727	.00754375	.01652900	.03200325

Fonte: Dados da pesquisa.

Importante salientar a medida do desvio padrão que mostra uma dispersão significativa em se tratando das contingências totais, ativo total e provisões contingentes sobre ativo, o que denota uma amostra heterogênea. Isso pode ser explicado pela variação de porte entre as empresas selecionadas desde a gigante Petrobrás até a pequenina Elétron que representa pouco mais de 29 milhões em ativos contra os 900 bilhões da Petrolífera.

### 4.3. Caracterização das Divulgações

Segue-se com uma análise para demonstrar o número de contingências divulgadas pelas empresas pertencentes à amostra em relação à categoria. O valor esperado para a evidenciação destas contingências dentro das categorias Trabalhista, Cível, Fiscal, Ambiental e Outras é definido pela divulgação ou não pela empresa, dessa forma, atribui-se como valor esperado (1) para cada item atendido e, caso não haja divulgação em determinada categoria, atribui-se (0). Espera-se assim, ao analisar cada item, constituir uma relação percentual definida pelos pontos obtidos em relação aos pontos possíveis.

Tabela 16 – Pontuação segundo divulgação pelo tipo de contingência.

Grupo	Total de empresas	Pontos Obtidos	Pontos possíveis	Percentual (%)
Grupo com Reputação	49	173	245	70,61%
Grupo sem reputação	49	161	245	65,71%
Geral	98	334	490	68,16%

Fonte: Dados da pesquisa.

A tabela apresenta os valores discriminados por setor dentro de cada grupo, das empresas com Reputação Corporativa e empresas sem Reputação Corporativa. Esta evidenciação permite compreender a possível relação existente entre o número de variáveis

evidenciadas e a variável Reputação, desconsiderando-se assim os valores absolutos de cada item da amostra.

Os postos possíveis originam-se da multiplicação total de empresas pelo número de categorias de contingências, no caso cinco. Dentro de cada categoria obtém um ponto a empresa que apresentar divulgação de provisão contingente. Dessa forma o grupo representado pelas empresas com reputação obteve um total de 173 pontos que representa 70,61% dos pontos possíveis. No grupo sem reputação, foram somadas 161 divulgações de contingências, que representam assim 65,71% do total possível. O total de pontos entre as duas variáveis representou 68,16% dos pontos possíveis.

A tabela 16 apresentou informações que fornecem a base para o comparativo. Através da pontuação que apresenta em cada um dos itens de cada empresa, chegou-se ao percentual de divulgações referentes ao ano de 2015, o ano da amostra, dentro dos grupos com e sem reputação e o quantitativo total da amostra.

A fim de entender o comportamento da pontuação dentro de cada tipo de contingência para o grupo de empresas que apresentam reputação, são apresentados os dados a seguir.

Tabela 17 - Empresas que apresentaram contingências dentro de cada natureza.

<b>Tipo</b>	<b>Trabalhista</b>	<b>Cível</b>	<b>Fiscal</b>	<b>Ambiental</b>	<b>Outros</b>
Número de empresas	48	48	47	11	19
Percentual (%)	97,96%	97,96%	95,92%	22,45%	38,78%

Fonte: Dados da pesquisa.

A tabela traz que, para as contingências de origem Trabalhista e Cível, apenas uma empresa não apresentou esses tipos de provisões, totalizando 97,96% de empresas que divulgaram contingências dessas origens. Destacam-se ainda as provisões contingentes de origem Ambiental, na qual apenas 11 empresas divulgaram provisões dessa natureza no grupo representado por aquelas que possuem reputação corporativa.

Em seguida são apresentadas as pontuações obtidas dentro de cada tipo de contingência no grupo de empresas que não apresentam Reputação Corporativa. São discriminados os percentuais com base no número de empresas que dentro das categorias evidenciaram contingências em suas demonstrações.

Tabela 18 - Empresas que apresentaram contingências dentro de cada natureza.

<b>Tipo</b>	<b>Trabalhista</b>	<b>Cível</b>	<b>Fiscal</b>	<b>Ambiental</b>	<b>Outros</b>
Número de empresas	48	42	42	10	19
Percentual (%)	97,96%	85,71%	85,71%	20,41%	38,78%

Fonte: Dados da pesquisa.

Observa-se no grupo representado pelas empresas sem reputação corporativa um total de 19 divulgações de provisões contingentes assim como no grupos das empresas com reputação. Outro ponto em comum ao comparar os dois grupos é o baixo número de contingências de origem Ambiental, apresentando apenas 10 empresas, uma a menos que no outro grupo. Apesar de um número expressivo de empresas divulgarem contingências de origem Cível e Trabalhista, 85,71% do total, neste grupo de empresas sem reputação corporativa, esse total é menor que no grupo de controle com reputação, que apresentava 97,96% e 95,92% respectivamente, do total de empresas nessas categorias.

#### 4.4 Análise dos Resultados

A análise dos resultados, inicialmente, requereu identificar qual abordagem mais adequada para os fins desta pesquisa. Diante do que foi apresentado, mostrou-se necessária a aplicação de teste de normalidade, assim, para esse estudo aplicou-se os testes Kolmogorov-Smirnov e o teste de Kruskal-Wallis.

Lopes *et al* (2013) traz em seu artigo a expiação sobre o teste de Kolmogorov-Smirnov que:

“O teste fornece o parâmetro valor de prova (valor-p, p-value ou significância), que pode ser interpretado como a medida do grau de concordância entre os dados e a hipótese nula ( $H_0$ ), sendo  $H_0$  correspondente à distribuição Normal. Quanto menor for o valor-p, menor é a consistência entre os dados e a hipótese nula. Então, a regra de decisão adotada para saber se a distribuição é Normal ou não é rejeitar  $H_0$ : (i) se  $\text{valor-p} \leq \alpha$ , rejeita-se  $H_0$ , ou seja, não se pode admitir que o conjunto de dados em questão tenha distribuição Normal; (ii) se  $\text{valor-p} > \alpha$ , não se rejeita  $H_0$ , ou seja, a distribuição Normal é uma distribuição possível para o conjunto de dados em questão”.

Conforme segue na Tabela 19.

Tabela 19 - Teste de Kolmogorov-Smirnov para a amostra quantitativo de divulgações.

N	98
Kolmogorov-Smirnov Z	1.434
Asymp. Sig. (2-tailed)	.033

Fonte: Dados da Pesquisa.

A partir do teste de normalidade, a amostradas empresas tendeu à não normalidade. Dessa forma houve rejeição de  $H_0$ , ou seja, a distribuição de dados para a amostra não é normal.

Em seguida, realizou-se o teste não paramétrico Kruskal-Wallis para verificar a significância estatística entre as variáveis do estudo. Métodos não paramétricos, também

conhecidos por “testes livres de distribuição”, geralmente são utilizados em problemas de inferência em que as distribuições das populações envolvidas não necessitam pertencer a uma família específica de distribuições de probabilidade.

Segundo Siegel; Castellan Jr. (2006) aplica-se o teste Kruskal-Wallis a fim de verificar se amostras independentes derivam de populações iguais ou com a mesma mediana. Para os autores, “o teste admite que as variáveis sob estudo tenham a mesma distribuição contínua subjacente; assim, ele requer pelo menos mensuração ordinal da variável” (Siegel; Castellan Jr., 2006, p. 235).

Para análise dos dados referentes ao quantitativo as contingências em relação ao ativo total foi efetuado um novo teste, conforme evidencia a Tabela 20.

Tabela 20 - Teste de Kolmogorov-Smirnov para a amostra contingências/ativo total.

N	98
Kolmogorov-Smirnov Z	2.402
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

Fonte: Dados da Pesquisa.

O teste de normalidade apresenta, através da análise da proporção de provisões contingentes, para as empresas com reputação que a distribuição não é normal, portanto rejeitando  $H_0$  (distribuição normal).

Em seguida, aplicando-se o teste não paramétrico de Kruskal-Wallis, para verificar a significância, a fim de verificar a significância estatística entre as variáveis do estudo, apresentou-se os resultados abaixo descritos.

Tabela 21 - Teste não paramétrico de Kruskal-Wallis

Test Statistics (a,b)	LNCONT
Chi-Square	.119
df	1
Asymp. Sig.	.730

Fonte: Dados da pesquisa

a. Kruskal=Wallis test.

b. GroupingVariable: Reputação

Neste teste,  $H_0$  corresponde à hipótese de que o grupo com reputação e o grupo do passivo contingente produzem efeitos idênticos versus a alternativa de que os grupos geram observações distintas. Aplicando-se o teste não paramétrico observa-se que  $H_0$  não é rejeitada, portanto, maior reputação corporativa não afeta no valor do das provisões contingentes. Isto é, torna-se indiferente a questão da maior reputação corporativa.

Dessa forma, evidencia que não existem diferenças estatisticamente significantes entre os as provisões contingentes das empresas com reputação corporativa e sem reputação corporativa.

Assim, a partir das análises conclui-se que a hipótese de pesquisa é rejeitada, dessa forma, foi identificado que a reputação corporativa não é fator que distingue o a divulgação dos passivos contingentes nas empresas listadas.

Se por um lado os dados oriundos das análises estatísticas apontam para tendência a normalidade, por outro, observou-se que o quantitativo de provisões contingentes, seja pelo número de contingências divulgadas ou pela proporção em relação aos ativos, no grupo das empresas que apresentam Reputação Corporativa, mostrou-se superior ao outro grupo de controle.

Dessa forma torna-se possível o fato de que as empresas que tenham melhor reputação estejam atendendo melhor as práticas referente às exigências de divulgações do Pronunciamento Contábil CPC 25.

Tal evento foi observado nos estudos de Suave (2013), que apontam maiores aderências as práticas de divulgação do Pronunciamento Contábil CPC 25 por empresas listadas em outros países que, portanto, apresentam uma necessidade maior de Reputação Corporativa.

Fonteles et al (2012) ao efetuarem testes estatísticos a fim de identificar as determinantes do nível de disclosure das contingências, encontraram que o tamanho e rentabilidade das empresas influenciam positivamente no nível de divulgações das provisões contingentes, dois dos quesitos utilizados pela revista Exame para determinar o ranking das Maiores e Melhores.

Corroboram com essa análise, os estudos de Artoni (2008) cujos resultados apontaram que reputação influencia positivamente no desempenho organizacional; Thomaz e Brito (2010) que obtiveram como resultados uma relação positiva entre as variáveis reputação e desempenho operacional e, a investigação de Cardoso *et al.* (2013) cujos resultados apontaram que firmas tidas com boa reputação corporativa obtiveram resultados superiores às demais.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve por objetivo principal investigar a possível relação existente entre reputação corporativa e a divulgação dos passivos contingentes nas empresas abertas do Brasil. Apresentou assim, a hipótese baseada na revisão de literatura realizada, que quanto melhor a reputação corporativa, menor serão as contingências das empresas e portanto, menor o risco.

Trata-se de uma pesquisa quali-quantitativa. Compuseram a população as empresas abertas, juntamente com aquelas que figuraram nos índices Maiores e Melhores da Revista Exame 2015, Selo Top Employers 2016. Como *proxy* de reputação corporativa foram utilizados além dos índices já mencionados, o Índice de Sustentabilidade Empresarial - ISE. A partir de então, foram segregadas as empresas em dois grupos: um grupo com reputação (composto pelas empresas constantes nos índices) e sem reputação (empresas listadas não pertencentes aos índices).

Das Demonstrações Financeiras padronizadas foram extraídas as informações referentes ao passivo contingente, dividido em cinco categorias (Trabalhista, Cível, Fiscal, Ambiental e Outros), e ativo total.

A partir da estatística descritiva pode-se perceber que as empresas com reputação apresentam maiores médias em se tratando da proporção provisões contingentes sobre ativo total em relação às empresas sem reputação corporativa. O mesmo pode ser observado para o quantitativo de evidenciações quanto à divisão em classes das provisões, no qual, empresas classificadas nos índices apresentaram maior número de divulgações em relação ao grupo de controle sem reputação corporativa.

A partir do teste não paramétrico pode-se concluir que a reputação corporativa não influencia as divulgações dos passivos contingentes e, portanto rejeitou a hipótese do estudo de que reputação corporativa influenciava as divulgações das provisões contingentes.

Os resultados deste estudo buscaram contribuir para compreensão do fenômeno acerca destas temáticas, o que contribui para expansão do conhecimento e fomenta novos estudos. Cabe salientar que o estudo apresenta limitações como o número reduzido de empresas listadas para índices como Top Employers, e ainda, apresentam distorções quanto ao porte das empresas devido à classificação Maiores e Melhores Exame 2015 constituírem-se de empresas de porte mais elevado. Buscou-se minimizar esses efeitos aplicando-se o estudo a mais de um índice de reputação corporativa e relativizando as provisões sobre ativo total.

Cabe salientar que o total de 98 empresas analisadas constitui-se como amostra relevante quando se refere ao total de 352 empresas listadas, ou seja, 27,84% das empresas

foram analisadas. Apesar da representatividade perante as empresas listadas, a amostra se mostra insignificante ante às mais de 17 milhões de empresas existentes no Brasil, segundo dados da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo para o mês de outubro de 2016.

Apesar de os testes estatísticos não mostrarem relação significativa entre as variáveis do estudo, a análise descritiva da amostra apontou maior evidência de contingências passivas por parte das empresas contidas nos índices de reputação, seja pelo valor absoluto ou pelo número de evidências, tal análise corrobora com os estudos de Suave *et al* (2013) e Fonteles *et al* (2012), que encontraram relações entre passivos contingentes e indicadores de reputação.

Finaliza-se o presente estudo ressaltando a influência da reputação corporativa e sua importância. Por fim, indica-se como sugestão para estudos futuros a investigação dos efeitos da reputação corporativa sobre as divulgações das contingências passivas, observando se a influência ocorre devido às melhores práticas no que tange à transparência das informações, ou se representam maior risco para as empresas.

## REFERÊNCIAS

- ARTONI, L. F. **Reputação corporativa e desempenho: uma análise do contexto brasileiro.** 96 f. 2008. **Dissertação (Mestrado em Administração)** – Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2008.
- BARNEY, J. B. **Firm resource and sustained competitive advantage.** *Journal of Management*, v. 17, n. 1, p. 99-120, 1991.
- BRITO, E. P. Z. **Reputação e Desempenho: uma Análise Empírica no Setor Bancário.** *E & GEconomia e Gestão - Belo Horizonte*, v. 5, n. 11, pg. 117-142, 2005.
- BRUNI, A. L.; CAVALCANTE, L. R. M. T.; COSTA, F. J. M. **Sustentabilidade Empresarial e Desempenho Corporativo: Uma Análise do Mercado Brasileiro de Ações.** *Anais do Enanpad*, 2007.
- CAETANO, T. P.; SILVA, T. B.; BIESDORF, S.; LEAL E. A. **Evidenciação do passivo contingencial nas demonstrações contábeis: um estudo nas empresas de papel e celulose.** CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 2010. São Paulo. *Anais...São Paulo: USP*, 2010.
- CAIXETA, C. G. F. **Competitividade brasileira: um estudo da reputação de empresas nacionais por meio das dimensões governança, desempenho e produtos e serviços.** 128 f. 2008. **Dissertação (Mestrado em Administração)** – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.
- CALEGARI, I. P. ; GONÇALVES, R. S. ; SERRANO, A. L. M. ; RODRIGUES, J. M. . **Efeitos da reputação corporativa no custo de capital próprio em empresas brasileiras listadas.** *Revista Universo Contábil* , v. 12, p. 178-198, 2016.
- CARDOSO, V. I. C. ; DE LUCA, M. M. M. ; LIMA, G. A. S. F. ; VASCONCELOS, A. C. . **Reputação corporativa nas empresas brasileiras: uma questão relevante para o desempenho empresarial?.** *Revista Contemporânea de Contabilidade* , v. 10, p. 115-136, 2013.
- CASTRO, D. J. **Como se constrói uma “reputação corporativa”?** 167 f. 2008. **Dissertação (Mestrado em Administração)** – Escola de Administração, Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2008.
- COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamento Técnico CPC 25. Provisões, passivos contingentes e ativos contingentes**, de 26 de junho de 2009. Disponível em: <[www.cpc.org.br](http://www.cpc.org.br)>. Acesso em: 21 set. 2016.



- CRESWELL, J. W.; CLARK, V. L. **Designing and conducting mixed methods research**. California: SagePublications, 2007.
- CRUZ, C. V. O. A. & LIMA, G. A. S. F. (2010). **Reputação corporativa e nível de disclosure das empresas de capital aberto no Brasil**. Revista Universo Contábil, 6(1), 85-101.
- DAVIES, G., CHUN, R., SILVA, R. V. & ROPER, S. (2003). **Corporate reputational and competitiveness**. London: Routledge.
- FAIA, V. S. ; VIEIRA, V. A. ; BARRETO, M. D. T. . **O impacto da reputação corporativa sobre as intenções dos clientes**. RIMAR , v. 4, p. 31-48, 2014.
- FONTELES, I. V., et al. **Determinantes da evidenciação de provisões e contingências por companhias listadas na BM&FBOVESPA**. In: Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 12, 2012, São Paulo. Anais... São Paulo: FEA/USP, 2012.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.
- GONÇALVES FILHO, C.; BRITO, H.; GOSLING, M.; SOUKI, G. Q. **Os impactos da responsabilidade social corporativa na reputação da empresa e nas intenções comportamentais das comunidades: estudo empírico**. Revista Contemporânea de Economia e Gestão, Fortaleza, v.7, n. 1, p. 37-54, jan./jun. 2009.
- JESUS, S. S. ; SOUZA, M. M. . **Impacto do reconhecimento dos passivos contingentes na situação econômica das empresas brasileiras auditadas pelas big four**. Revista de Contabilidade da UFBA , v. 10, p. 43-63, 2016.
- LINS, L. S.; SILVA, R. N. S.. **Responsabilidade Sócio-Ambiental ou Greenwash: Uma avaliação com base nos relatórios de sustentabilidade ambiental**. IXENGEMA - Encontro Nacional Sobre Gestão Empresarial E Meio Ambiente, 2007.
- LOPES, M. de M.; CASTELO BRANCO, V. T. F.; SOARES, J. B.. **Utilização dos testes estatísticos de Kolmogorov-Smirnov e Shapiro-Wilk para verificação da normalidade para materiais de pavimentação**. TRANSPORTES, Rio de Janeiro, RJ, v. 21, n. 1, p. 59-66, abr. 2013. ISSN 2237-1346. Disponível em: <<https://www.revistatransportes.org.br/anpet/article/view/566/467>>. Acesso em: 19 nov. 2016. doi:<http://dx.doi.org/10.4237/transportes.v21i1.566>.
- MACHADO FILHO, C. P. **Responsabilidade social e governança: o debate e as implicações**. São Paulo: 9 Pioneira Thomson Learning, 2006.
- MARAGNO, L. M. D. ; BORBA, J. A. . **Mapeando as Origens das Contingências nas Empresas Estrangeiras Listadas na NYSE: Uma Abordagem por meio do Sistema Legal**

- e da Governança.** In: XVI USP International Conference in Accounting, 2016, São Paulo. XVI USP International Conference in Accounting, 2016.
- MARTINS, E.; IUDÍCIBUS, S.; GELBCKE, E. R.; SANTOS, A. **Manual de contabilidade societária: aplicável a todas as sociedades.** São Paulo: Atlas, 2013.
- MARTINS, G. A.; LINTZ, A. **Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso.** São Paulo: Atlas, 2000.
- NIYAMA, J. K.; SILVA, C. A. T. **Teoria da contabilidade.** 2.ed São Paulo: Atlas, 2011.
- OLIVEIRA, M. C.; DAHER, W. M.; OLIVEIRA, B. C. **Responsabilidade social corporativa e geração de valor reputacional: estudo multicaso, segundo o modelo de Hopkins, de empresas do setor energético do nordeste brasileiro.** In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 6., 2006, São Paulo. Anais... São Paulo: USP, 2006.
- OLIVEIRA, A. F.; BENETTI, J. E.; VARELA, P. S. **Disclosure das provisões e dos passivos e ativos contingentes: um estudo em empresas listadas na BM&FBovespa.** In: CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS (ANPCONT), 5, 2011, Vitória. Anais. Vitória: Anpcont, 2011.
- PEREIRA, A. C.; GIUNTINI, N.; BOAVENTURA, W. R. **A mensuração dos passivos ocultos: um desafio para a contabilidade.** In: Congresso Brasileiro de Custos, 2002, São Paulo. Anais... São Paulo: CBC, 2008.
- RÊGO, A. R. **O crescente valor da Reputação Corporativa no ambiente mercadológico.** In: Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas, 4, 2010, Porto Alegre. Anais... Porto Alegre, ABRAPCORP, 2010.
- RIBEIRO, A.C.; RIBEIRO, M. S.; WEFFORT, E. F. J. **Provisões, contingências e o pronunciamento CPC 25: as percepções dos protagonistas envolvidos.** Revista Universo Contábil, v. 9, n. 3, jul./set. 2013.
- ROSA, F. S.; ENSSLIN, S.R.; ENSSLIN, L. **Evidenciação ambiental: processo estruturado de revisão de literatura sobre avaliação de desempenho da evidenciação ambiental.** Sociedade, Contabilidade e Gestão, v. 4, n. 2, p. 24-37, 2009..
- ROSA, Mário A **Reputação na velocidade do pensamento.** São Paulo: Geração, 2006
- ROBERTS, P. W.; DOWLING, G. R. **Corporate reputation and sustained superior financial performance.** Strategic Management Journal, v. 23, n. 12, p. 1077-1093, dec.2002. doi:10.1002/smj.274

- SANTOS, P. S. A.. **Fatores Institucionais, Socioeconômicos e Financeiros Relacionados com o Nível de Evidenciação de Passivos Contingentes dos Municípios Brasileiros**. 2011. 174 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2011.
- SIEGEL, S.; CASTELLAN, N.J. Jr. **Estatística não-paramétrica para ciências do comportamento**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2006.
- SUAVE, R.; CODESSO, M. M.; PINTO, H. M.; VICENTE, E. F. R.; LUNKES, R. J. **Divulgação de passivos contingentes nas empresas mais líquidas da BM&FBOVESPA**. Revista da UNIFEPE. v.1, n. 11, jan./jul., 2013.
- SZÜSTER, N., SZÜSTER, F. R., & SZÜSTER, F. R. (2005). **Contabilidade: atuais desafios e alternativa para seu melhor desempenho**. *Revista Contabilidade & Finanças*, 16(38), 20-30.
- Takamatsu, R. T. (2011). *Accruals contábeis, persistência dos lucros e retorno das ações*. Dissertação de mestrado, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- THOMAZ, J. C.; BRITO, E. P. Z. **Reputação corporativa: construtos formativos e implicações para a gestão**. Revista de Administração Contemporânea – RAC. V. 14, n. 2, p. 229-250, mar./abr. 2010.
- VANCE, P. S., & ÂNGELO, C. F. (2007). **Reputação corporativa: uma revisão teórica**. Revista de Gestão USP, 14(4), 93-108.
- ZAMBENEDETTI, L. ; SABADIN, M. ; FERNEDA, R. ; ANGONESE, R. . **Reputação Corporativa x Desempenho Superior: Uma Análise da Riqueza Criada pelas Melhores Empresas para Você Trabalhas de 2014..** In: XI Egepe, 2016, Passo Fundo. XI Egepe - Encontro de Estudos sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas, 2016., 2016.
- BROMLEY, D. B. **Comparing corporate reputations: league tables, quotients, benchmarks, or case studies?** Corporate Reputation Review, v. 5, p. 35-50, 2002.