

Universidade de Brasília (UnB)  
Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas  
(FACE)  
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais (CCA)  
Curso de Graduação em Ciências Contábeis

Mariana Machado de Oliveira

**Análise de engajamento de *stakeholders* em relatórios de sustentabilidade  
conforme padrão GRI nas empresas pertencentes ao ISE B3**

Brasília – DF

2022

Professora Doutora Márcia Abrahão Moura  
**Reitora da Universidade de Brasília**

Professor Doutor Enrique Huelva Unternbäumen  
**Vice-Reitor da Universidade de Brasília**

Professor Doutor Diêgo Madureira de Oliveira  
**Decano de Ensino de Graduação**

Professor Doutor José Márcio de Carvalho  
**Diretor da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de  
Políticas Públicas**

Professor Doutor Sérgio Ricardo Miranda Nazaré  
**Chefe do Departamento de Ciências Contábeis e Atuarias**

Professora Doutora Fernanda Fernandes Rodrigues  
**Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis - Diurno**

Professor Doutor José Lúcio Tozetti Fernandes  
**Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis - Noturno**

Mariana Machado de Oliveira

**Análise de engajamento de *stakeholders* em relatórios de sustentabilidade conforme padrão GRI nas empresas pertencentes ao ISE B3**

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo) apresentado à banca examinadora da Faculdade De Economia, Administração, Contabilidade e Gestão De Políticas Públicas (FACE) como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis e Atuariais.

**Linha de Pesquisa:** Contabilidade Financeira

**Área:** Usuários Externos

**Orientadora:** Prof<sup>ª</sup>. Dra. Ludmila de Melo Souza

Brasília – DF

2022

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Ma Machado de Oliveira, Mariana  
Análise de engajamento de stakeholders em relatórios de sustentabilidade conforme padrão GRI nas empresas pertencentes ao ISE B3 / Mariana Machado de Oliveira; orientador Ludmila De Melo Souza. -- Brasília, 2022.  
34 p.

Monografia (Graduação - Ciências Contábeis) -- Universidade de Brasília, 2022.

1. Contabilidade Financeira. 2. Usuários Externos. 3. Engajamento de stakeholders. 4. Responsabilidade social corporativa. 5. GRI. I. De Melo Souza, Ludmila, orient. II. Título.

Mariana Machado de Oliveira

**Análise de engajamento de *stakeholders* em relatórios de sustentabilidade  
conforme padrão GRI nas empresas pertencentes ao ISE B3**

Trabalho de Conclusão de Curso (artigo) apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, sob a orientação da Prof<sup>a</sup>. Dra. Ludmila de Melo Souza.

Aprovado em 25 de maio de 2022.

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Ludmila de Melo Souza – Orientadora  
Universidade de Brasília

---

Prof<sup>a</sup>. Dra. Elise Soerger Zaro  
Universidade Federal da Grande Dourados

*“There is no Plan B,  
because there is no Planet B”*

*(Ban Ki-Moon)*

## AGRADECIMENTOS

*“Para a minha família, do ninho e das penas”*

Agradeço à minha família pelo amor incondicional.

À minha mãe, Ana Paula, obrigada por segurar minha mão e por me dar a confiança para seguir meus sonhos. Sempre que penso sobre quando escolhi este curso, minha memória alcança o momento em que você me chamava para te ajudar. Eu organizava notas fiscais – amassadas, sujas e rasgadas – e eu me sentia a criança mais feliz do mundo porque, por um momento, eu podia ser como você. O seu carinho, a sua tenacidade e a sua força me empoderaram todos os dias. Você é a minha maior inspiração, mãe.

Ao meu irmão Mateus, por me ensinar a espontaneidade da vida. Quem sabe, sabe. Obrigada por todo o companheirismo.

Ao meu irmão Pedro, pela Coca-Cola Zero gelada em uma tarde de abril. A vida cobra. Obrigada por ser você e por estar ao meu lado.

Aos meus amigos, por todas as aventuras que vivemos e as que ainda estão por vir. A vida só se vive uma vez. Em especial, à minha primeira e melhor amiga, Giovana, por ser a melhor ouvinte e a conselheira mais sensata.

Agradeço também à minha orientadora, Ludmila. As suas ideias, a sua sinceridade e, acima de tudo, a sua confiança me permitiram escrever esse trabalho sem medo. Obrigada por acreditar em mim.

## RESUMO

O diálogo sobre responsabilidade social corporativa está relacionado com o interesse dos usuários por informações que ultrapassam os limites financeiros e o respectivo engajamento das organizações com suas partes interessadas. O relato de sustentabilidade surgiu como uma importante ferramenta utilizada nessa comunicação organização-*stakeholders*. Neste contexto, o objetivo do presente trabalho é avaliar a interação entre as organizações e seus *stakeholders* quanto ao perfil dos usuários e aos meios de engajamento no que se refere aos objetos dos relatórios de sustentabilidade. Após examinar as 46 empresas pertencentes à carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3), uma análise de conteúdo foi realizada nos relatórios integrados e relatórios de sustentabilidade elaboradas de acordo com as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI) do ano de 2020. Além disso, buscou-se observar se a interação online por meio de mídias sociais representa um mecanismo eficaz de engajamento de *stakeholders*. Os resultados obtidos na pesquisa revelaram todas as organizações que participaram do ISE neste período compartilharam informações no que tange ao engajamento de *stakeholders*, em que as partes interessadas mais citadas foram usuários externos: clientes (102,17%), acionistas (97,83%) e fornecedores (91,30%). Já referente aos métodos de engajamento, os mais utilizados foram entrevistas (60,87%), encontros (32,61%) e procedimentos padrões (28,26%). Outrossim, especificamente no que se refere às mídias sociais, um número pequeno de organizações faz o uso corporativo dessas para engajar as partes interessadas. Portanto, a pesquisa contribui ao expandir a literatura sobre contabilidade social, por meio da discussão sobre engajamento de *stakeholders*, agregando o desenvolvimento da produção científica sobre a padronização de relatórios de sustentabilidade.

**Palavras-chave:** Global Reporting Initiative (GRI). Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). Responsabilidade Social Corporativa (RSC). Engajamento de *stakeholders*.



## ABSTRACT

The dialogue on corporate social responsibility is related to users' interest in information that goes beyond financial limits and the respective engagement of organizations with their stakeholders. Sustainability reporting emerged as an important tool used in this organization-stakeholder communication. In this context, the objective of the present work is to evaluate the interaction between organizations and their stakeholders regarding the profile of users and means of engagement regarding objects of sustainability reports. After examining 46 companies that belong to *Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3)* portfolio, a content analysis was performed on the integrated reports and sustainability reports prepared in accordance with the guidelines of the Global Reporting Initiative (GRI) for the year 2020. In addition, we sought to observe whether online interaction through social media represents an effective mechanism for stakeholder engagement. The results obtained in the survey revealed that all organizations that participated in the ISE in this period shared information regarding stakeholder engagement, in which the most cited interested parties were external users: customers (102.17%), shareholders (97.83%) and suppliers (91.30%). Regarding the methods of engagement, the most used were interviews (60.87%), meetings (32.61%) and standard procedures (28.26%). Also, specifically regarding social media, a small number of organizations make corporate use of it to engage stakeholders. Therefore, the research contributes by expanding the literature on social accounting, through the discussion on stakeholder engagement, adding to the development of scientific production on the standardization of sustainability reports.

**Keywords:** Global Reporting Initiative (GRI). *Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE)*. Corporate social responsibility (CSR). Stakeholder engagement.

## LISTA DE TABELAS E GRÁFICOS

<b>Tabela 1:</b> Empresas listadas no ISE.....	19
<b>Tabela 2:</b> Lista e descrição dos dados coletados da análise de conteúdo.....	22
<b>Figura 1:</b> Grupos de <i>stakeholders</i> engajados em relatórios de sustentabilidade de organizações ISE B3. ....	25
<b>Figura 2:</b> Abordagens de engajamento de <i>stakeholders</i> em relatórios de sustentabilidade de organizações ISE B3.....	26

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ESG *Environmental, social and corporate governance*

GRI *Global Reporting Initiative*

ISE Índice de Sustentabilidade Empresarial

RSC Responsabilidade social corporativa

SE Sustentabilidade empresarial

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>2 REVISÃO TEÓRICO-EMPÍRICA.....</b>	<b>14</b>
2.1 SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	14
2.2 ENGAJAMENTO DE <i>STAKEHOLDERS</i> .....	15
2.2.1 Uso Corporativo de Mídias Sociais.....	16
2.3 <i>GLOBAL REPORTING INITIATIVE</i> (GRI).....	17
2.4 ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL – ISE.....	18
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>21</b>
3.1 AMOSTRA E COLETA DE DADOS .....	21
3.2 INSTRUMENTO DE PESQUISA.....	22
<b>4 RESULTADOS.....</b>	<b>24</b>
4.1 INFORMAÇÕES GERAIS.....	24
4.2 GRUPOS DE <i>STAKEHOLDERS</i> ENGAJADOS.....	24
4.3 PRÁTICAS DE ENGAJAMENTO DE <i>STAKEHOLDERS</i> .....	25
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>28</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Nas últimas duas décadas, houve um crescimento de novos tipos de dados – somados aos dados tradicionais que se tornaram legíveis e analisáveis por máquina – responsáveis por fornecer informações sobre fenômenos econômicos (TEOH, 2018) e são facilmente acessíveis a participantes do mercado de capitais (BARTOV; FAUREL; MOHANRAM, 2018). De forma concomitante, a literatura sobre divulgação emergiu como uma das áreas mais importantes na pesquisa contábil, assim como a perspectiva da racionalidade comunicativa se intensificou nas discussões relacionadas aos efeitos significativos sobre os resultados do mercado de capitais (MILLER; SKINNER, 2015).

Nesse cenário de expansão da demanda informacional, as expectativas das partes interessadas se intensificam em termos de requisitos de comunicação. Segundo Odriozola e Baraibar-Diez (2017), as empresas devem ser conscientes desse fato e concentrarem os seus esforços tanto na execução de uma estratégia de responsabilidade social corporativa, quanto no cumprimento de uma estratégia de transparência comunicação.

Como veículo potencial para apresentação da imagem e dos valores de uma corporação, o relatório de sustentabilidade é o recurso através do qual as empresas podem demonstrar seu grau de preocupação com os impactos sociais, ambientais e econômicos de seus negócios (ABEYDEERA; TREGIDGA; KEARINS, 2016; CRISÓSTOMO; FORTE; PRUDÊNCIO, 2020). Embora não exista no Brasil lei que obrigue sua produção, a opção por desenvolver esses relatórios é feita por um considerável rol de organizações (SOUZA; BENEDICTO; SILVA, 2021). Ademais, a divulgação dessas informações é fomentada através da regulamentação feita por determinados segmentos da economia, tal como o conjunto de diretrizes específicas que ampliou a divulgação ambiental no setor elétrico brasileiro (BRAGA; SILVA; SANTOS, 2014).

Acompanhando a evolução da comunicação, a *Global Reporting Initiative* (GRI) assimilou o desenvolvimento de especificações sobre como as empresas devem interagir com seus *stakeholders* (GRUSHINA, 2017). Os atores envolvidos com a GRI incluem organizações multilaterais e seus níveis de engajamento, e são relevantes para apontar os aspectos necessários a serem relatados pelas organizações (CRISÓSTOMO; FORTE; PRUDÊNCIO, 2020).

A opção pelas empresas associadas à carteira o Índice de Sustentabilidade Empresarial da B3 teve como motivação principal o fato de se tratar de um grupo que contribui para práticas de ESG – Ambiental, Social e de Governança Corporativa, na sigla em inglês – (ISE B3, 2022). A adesão das empresas é voluntária, logo ao serem elegíveis e participarem do processo

seletivo, as organizações assumem o compromisso com a sustentabilidade empresarial e reconhecem a importância de comunicá-la aos seus investidores (CRISÓSTOMO; GOMES, 2018; SILVA; LUCENA, 2019). O ISE B3, que reúne empresas de dimensões variadas e de diferentes setores de atividade (ISE B3, 2022), tem como objetivo destacar empresas que promovem boas práticas sustentáveis (NETO; PEREIRA, 2018) e serve como uma plataforma de *benchmarking* às empresas na estruturação das suas políticas de responsabilidade social corporativa e sustentabilidade (TEIXEIRA; NOSSA; FUNCHAL, 2011; OLIVEIRA *et al.*, 2014).

Diante da necessidade de ampliar os estudos sobre essa temática, o objetivo é discutir os instrumentos de engajamento dos *stakeholders* na identificação e comprometimento quanto aos relatórios de sustentabilidade. Baseando-se nesses preceitos teóricos, esse estudo buscou alcançar os seguintes objetivos: (a) identificar os *stakeholders* mais frequentemente engajados; (b) determinar as respectivas técnicas de engajamento durante a análise de materialidade; e (c) explorar a potencial utilização corporativa das mídias sociais no processo de engajamento de *stakeholders*.

Este artigo está estruturado em cinco capítulos a contar com a apresentação da introdução e dos objetivos do estudo. Em seguida, a revisão de literatura apresenta discussões referentes a responsabilidade social corporativa e sustentabilidade empresarial, e aos padrões GRI. Além disso, o segundo capítulo também apresenta estudos anteriores que descreveram o Índice de Sustentabilidade Empresarial e influenciaram o desenvolvimento dessa pesquisa. Os procedimentos metodológicos e o modo de realização da pesquisa são detalhados no terceiro capítulo. Enquanto no quarto capítulo, foram evidenciadas as informações obtidas por meio da abordagem empregada e apresentados os materiais resultantes do levantamento de dados. Finalmente, a última seção fornece as considerações finais – conclusões, limitações e recomendações para pesquisas futuras.

## 2 REVISÃO TEÓRICO-EMPÍRICA

### 2.1 SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Influenciados pelo conceito *Triple Bottom Line* de Elkington (1999), os estudos de sustentabilidade empresarial indicam uma abordagem teórica utilizada nos negócios de uma organização para a integração das questões sociais, ambientais e econômicas (DINIZ; CALLADO, 2018; GIESEL; NOBRE, 2021). Não obstante, Dyllick e Muff (2016) defendem que um negócio verdadeiramente sustentável ultrapassa os valores definidos pelo tripé da sustentabilidade, isto é, o seu principal objetivo deve ser contribuir positivamente para superar as questões de sustentabilidade, minimizar seus impactos negativos e servir ao bem comum.

A governança corporativa tem um importante desempenho na adoção de práticas de sustentabilidade (NASCIMENTO *et al.*, 2021). Facilitada pela divulgação de informações, os estudos de Hoang (2018) apresentam evidências de que a responsabilidade corporativa estabelece relação entre o desempenho da gestão ambiental, social e de governança com a rentabilidade das empresas a longo prazo. Dessa forma, o relatório de informações ESG fornece perspectiva abrangente sobre o desempenho e o valor da corporação por percepções distintas, solidificando a reputação corporativa por meio das iniciativas de RSC (ODRIOZOLA; BARAIBAR-DIEZ, 2017; MACHADO; DIAS; FONSECA, 2021).

Na revisão do arcabouço teórico sobre a responsabilidade social corporativa, os autores Sarkar e Searcy (2016) sugeriram uma definição para RSC que implica no fato de as empresas assumirem sua responsabilidade econômica final e, de forma voluntária, estenderem-se além dos mínimos legais, levando em consideração o impacto de suas ações na sociedade e a contribuição para a sustentabilidade global. No mesmo sentido, Baraibar-Diez e Sotorrió (2018) enfatizaram que a eficácia das políticas de RSC na obtenção da reputação está no reconhecimento do interesse da empresa em adotar ações sociais para além da atividade econômica e do estrito cumprimento da lei.

Conforme Grushina (2017), o problema prático enfrentado pelos praticantes de RSC está na compreensão e no gerenciamento das demandas referentes às expectativas dos *stakeholders* para o desempenho ESG perante as prioridades organizacionais mais ativas, tal como maximizar seus resultados.

Sendo assim, como uma importante ferramenta utilizada na regulamentação da interseção entre as organizações e suas partes interessadas (GRUSHINA, 2017), a adesão aos relatórios de sustentabilidade é um forte indicativo de que as empresas levam em consideração

as responsabilidades ambiental, social e econômica como instrumentos para legitimar suas atividades operacionais e aprimorar sua reputação através dos reflexos positivos na criação de valor (CRISÓSTOMO; FORTE; PRUDÊNCIO, 2020).

## 2.2 ENGAJAMENTO DE *STAKEHOLDERS*

Na perspectiva da comunicação como elemento constitutivo, o diálogo organização-*stakeholders* sobre responsabilidade social corporativa representa a principal interseção entre organização e meio ambiente (GRUSHINA, 2017; BELLUCCI *et al.*, 2019). No processo de entrega de valor, a interação dos empreendedores com seus diversos *stakeholders* pode, portanto, oferecer uma valiosa fonte de capital social, conhecimento e capital humano que pode potencializar o sucesso dos empreendedores na gestão da inovação (LEONIDOU, 2020).

No novo contexto de divulgação de informações (ODRIOZOLA; BARAIBAR-DIEZ, 2017), o engajamento de *stakeholders* é um marco na política de responsabilidade social corporativa porque permite que a organização interaja com a parte interessada em um diálogo de mão dupla em que o engajador e o engajado mantêm uma rede de responsabilidade mútua (MANETTI; BELLUCCI, 2016; WINKLER; BROWN; FINEGOLD, 2019).

A prática de engajamento com as partes interessadas inclui a comunicação, o envolvimento e o desenvolvimento de relacionamentos com os *stakeholders* (MISSIONIER; LOUFRANI-FEDIDA, 2014). Nesse sentido, como ferramenta de comunicação e contabilidade dialógica (MANETTI; BELLUCCI, 2016), as iniciativas de engajamento oferecem processos interativos comunicar, colaborar e desenvolver relacionamentos confiáveis (HADDAWAY *et al.*, 2017)

Sendo assim, o envolvimento das partes interessadas ultrapassa o cerne limitado da elaboração de relatórios de sustentabilidade, mas se refere a processos interativos de aprendizagem mútua projetados para promover a ação transformadora na organização (WINKLER; BROWN; FINEGOLD, 2019).

Os conceitos de materialidade, relevância, transparência e a confiabilidade para a definição do conteúdo de segurança, meio ambiente e responsabilidade social sugerem que o envolvimento das partes interessadas determina quais informações e dados devem ser incluídos no relatório (HADDAWAY *et al.*, 2017; HOANG, 2018). Padrões e diretrizes internacionais propõe o envolvimento das partes interessadas como uma etapa para produzir um documento completo e útil para os usuários pretendidos (GRI, 2021).



### 2.2.1 Uso Corporativo de Mídias Sociais

A percepção crescente entre os pesquisadores – no que diz respeito aos efeitos significativos no mercado de capitais decorrentes da forma na qual os gestores comunicam informações sobre suas empresas (HUTTER *et al.*, 2013) – se tornou ainda mais crítica à medida que as mudanças na tecnologia da informação, a mídia e o mercado de capitais interagem com a finalidade de afetar o modo pelo qual as informações sobre as empresas são produzidas, disseminadas e processadas (MILLER; SKINNER, 2015).

Embora o engajamento das partes interessadas tenha se manifestado inicialmente através do elemento comunitário incorporado dentro delas (MANETTI; BELLUCCI, 2016) – através de uma plataforma para criação de um perfil individual e inserção das suas relações pessoais (KOEHLER; CARVALHO; FRANCO, 2015) –, as mídias sociais se expandiram para além de um espaço exclusivo de interações individualizadas e contribuíram para construção de um ambiente próspero para as organizações (NISAR; PRABHAKAR; STRAKOVA, 2019).

A revolução das mídias sociais alterou o panorama da comunicação (HUTTER *et al.*, 2013). Ao permitir que troquem informações e forneçam feedback em tempo real (LODHIA; STONE, 2017), investidores individuais estão aumentando a confiança entre si como fontes de informação seguras e se emancipando da dependência de intermediários para adquirir informações oportunas e relevantes em termos de perspectivas para ações (AGOSTINO; SIDOROVA, 2017; BARTOV; FAUREL; MOHANRAM, 2018)

Sob a perspectiva da empresa, estas tecnologias servem como canais de divulgação complementar, contornando as restrições relacionadas a intermediários da informação e atingindo direta e rapidamente uma grande rede de *stakeholders* (BLANKESPOOR; MILLER; WHITE, 2014; LEE; HUTTON; SHU, 2015).

Embora os dados de pesquisas provenientes de mídias sociais serem promissores para a pesquisa contábil (TEOH, 2018) e possuam crescente atenção de reguladores e de empresas, há evidências limitadas sobre as consequências do uso corporativo das mídias sociais, especialmente quanto a informações não obrigatórias de RSC (GIORDANI; SOSCHINSKI; KLANN, 2019). Ademais, os autores Miller e Skinner (2015) apontam que as novas formas de divulgação são inicialmente adotadas por um número reduzido de *players* no mercado, mas a expectativa é que sejam amplamente utilizadas no futuro.

### 2.3 GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

Wilburn e Wilburn (2013) argumentam que, embora ações relativas à responsabilidade social corporativa – especialmente no que se refere à sustentabilidade – possam ser encontradas em relatórios anuais, é essencial que as empresas assegurem o comprometimento com RSC e sustentabilidade como parte de sua estratégia de longo prazo. Conforme Dyllick e Muff (2016), para criar um espaço de soluções econômicas e sustentáveis, as empresas terão que se engajar na mudança das regras coletivas – o que podem fazer criando transparência, compartilhando as melhores práticas, informando clientes sobre escolhas sustentáveis, definindo regras comuns e estabelecendo padrões.

Nesse contexto, destaca-se a *Global Reporting Initiative* (GRI) entre os esforços para a consolidação das iniciativas no que se refere à base dos padrões de relatórios de sustentabilidade mais usados no mundo (GRI, 2021) e ao consenso sobre avaliação de sustentabilidade empresarial (OLIVEIRA *et al.*, 2014). Criada em 1997 por meio de uma ação conjunta da CERES (*Coalition for Environmentally Responsible Economies*) e do Tellus Institute com envolvimento do UNEP (*United Nations Environment Programme*), a GRI é uma organização não governamental internacional de padrões independentes composta por uma rede *multistakeholders* (WILBURN; WILBURN, 2013; GRUSHINA, 2017; DE VILLIERS; SHARMA, 2020) idealizada para criar um mecanismo de responsabilização e desenvolver diretrizes para a estruturação de relatórios de sustentabilidade às empresas avaliar o desempenho em relação a leis e regulamentos normativos, bem como iniciativas voluntárias (CAMPOS *et al.*, 2013; ABEYDEERA; TREGIDGA; KEARINS, 2016; SOUZA; BENEDICTO; SILVA, 2021).

Ampliada para incluir temas sociais, econômicos e de governança (LOIOLA; SANTIAGO, 2021), sua missão é ajudar empresas, governos e outras organizações a entenderem e comunicarem seus impactos em questões como direitos humanos, mudanças climáticas e corrupção (DE VILLIERS; SHARMA, 2020) e estimular a adoção voluntária de indicadores com aplicação global por parte das organizações em geral. (OLIVEIRA *et al.*, 2014; CRISÓSTOMO; FORTE; PRUDÊNCIO, 2020).

Partindo do desejo de integrar os três aspectos do desempenho conforme *Triple Bottom Line* de Elkington (1999), a GRI tem se esforçado para que – através da padronização dos relatórios de sustentabilidade – o desempenho organizacional seja medido e comparado ao longo do tempo e entre organizações de setores da mesma indústria (GRUSHINA, 2017; MACHADO; DIAS; FONSECA, 2021).

A organização aponta dois tipos de padrões no que tange à visão geral das Normas GRI: os padrões universais e os padrões específicos (AMBROZINI, 2017). As Normas Universais são compostas pelos Fundamentos – GRI 1, Conteúdos Gerais – GRI 2 e pelos Tópicos Materiais – GRI 3, os quais determinam, respectivamente, o ponto inicial para o uso das normas GRI, informações contextuais sobre a organização e a forma de gestão para cada tópico material (GRI, 2021). Já as Normas Específicas – conforme GRI (2021) – relatam conteúdos específicos de cada tópico material, por exemplo, Impactos Econômicos Indiretos – GRI 203, Energia, GRI 302, Diversidade e Igualdade de Oportunidades – 405.

Abeydeera, Tregidga e Kearins (2016) reforçam que a GRI não prescreve objetos, mas fornece orientação a respeito do conteúdo e dos princípios que devem ser buscados na estrutura de relatórios em colaboração com partes interessadas de grupos empresariais, governamentais, trabalhistas e profissionais, a fim de garantir credibilidade e relevância. No mesmo sentido, Ambrozini (2017) indica que o arranjo proposto pela estrutura conceitual da GRI inclui orientações para reporte, promovendo a transparência e consolidando a confiança das partes interessadas.

## 2.4 ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL – ISE

A tendência de os investidores procurarem empresas socialmente responsáveis, sustentáveis e rentáveis para aplicarem seus recursos teve início a partir da década de 1990 no Brasil (ANDRADE *et al.*, 2013). Partindo-se da premissa de que as empresas sustentáveis geram valor ao acionista no longo prazo, a responsabilidade social empenhada demonstra maior preparação para enfrentar riscos econômicos, sociais e ambientais (TEIXEIRA; NOSSA; FUNCHAL, 2011; GIESEL; NOBRE, 2021).

Com a finalidade de atender à crescente demanda por investimentos socialmente responsáveis (ISR) e seguindo a tendência das principais bolsas de valores do mundo com os índices o *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI), o *FTSE4Good Index Series* e o *Johannesburg Securities Exchange* (JSE) (TEIXEIRA; NOSSA; FUNCHAL, 2011; ANDRADE *et al.*, 2013), o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) foi criado pela BM&FBOVESPA, no final de 2005, em conjunto com outras instituições com o objetivo de ser “o indicador do desempenho médio das cotações dos ativos de empresas selecionadas pelo seu reconhecido comprometimento com a sustentabilidade empresarial” (ISE B3, 2022). No primeiro quadrimestre de 2021 – antes da alteração na metodologia –, a carteira contava com quarenta e seis empresas listadas no índice conforme a Tabela 1.

**Tabela 1:** Empresas listadas no ISE

EMPRESA	SETOR	EMPRESA	SETOR
AES BRASIL	Energia Elétrica	ITAUUNIBANCO	Financeiro
AMBIPAR	Água e Saneamento	KLABIN S/A	Madeira e Papel
AMERICANAS	Comércio	LIGHT S/A	Energia Elétrica
AREZZO CO	Comércio	LOJAS RENNER	Comércio
AZUL	Transporte	M.DIASBRANCO	Alimentos Processados
BRASIL	Financeiro	MAGAZ LUIZA	Comércio
BRADESCO	Financeiro	MOVIDA	Diversos
MINERVA	Alimentos Processados	MRV	Construção Civil
BTGP BANCO	Financeiro	IOCHP-MAXION	Automóveis e Motocicletas
BRF SA	Alimentos Processados	NEOENERGIA	Energia Elétrica
BRASKEM	Químicos	GRUPO NATURA	Produtos de Uso Pessoal e de Limpeza
CCR SA	Transporte	P.ACUCAR-CBD	Comércio e Distribuição
CIELO	Financeiro	RAIADROGASIL	Comércio e Distribuição
CEMIG	Energia Elétrica	RUMO S.A.	Transporte
CPFL ENERGIA	Energia Elétrica	SANTANDER BR	Financeiro
COPEL	Energia Elétrica	SIMPAR	Holdings Diversificadas
COSAN	Petróleo, Gás e Biocombustíveis	SUL AMERICA	Previdência e Seguros
DEXCO	Madeira e Papel	SUZANO S.A.	Madeira e Papel
ECORODOVIAS	Transporte	TIM	Telecomunicações
ENGIE BRASIL	Energia Elétrica	VIBRA	Petróleo, Gás e Biocombustíveis
ENERGIAS BR	Energia Elétrica	VIA	Comércio
FLEURY	Serv. Méd. Hospit.	TELEF BRASIL	Telecomunicações
ITAUSA	Financeiro	WEG	Máquinas e Equipamentos

**Fonte:** Elaborada pelos autores (2022).

Além de apoiar os investidores adotando maior transparência na tomada de decisão de investimento, dentre os seus objetivos está representar o retorno de uma carteira composta por ações de empresas cujo comprometimento com a responsabilidade social é reconhecido (TEIXEIRA; NOSSA; FUNCHAL, 2011; OLIVEIRA *et al.*, 2014) e, conseqüentemente, induzir organizações a promoverem as melhores práticas de sustentabilidade, considerando que as práticas ESG contribuem para a longevidade dos negócios (NETO; PEREIRA, 2018; ISE B3, 2022).

Portanto, a presença de uma empresa na carteira do ISE confere visibilidade positiva à organização, uma vez que sinaliza ao conjunto de *stakeholders* a legitimação de suas ações com as questões ambientais, sociais, econômico-financeiras e de governança corporativa (CRISÓSTOMO; GOMES, 2018; SILVA; LUCENA, 2019).

Ao estimular investimentos que consideram aspectos de governança corporativa e sustentabilidade empresarial, este artigo concentra-se na corrente de pesquisa que investiga a relação entre a sustentabilidade empresarial (SE) e o engajamento de *stakeholders*. Além disso, pretende contribuir para a construção de evidências sobre as possíveis variáveis que afetam a construção de materialidade em um relatório de sustentabilidade.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A abordagem da pesquisa teve como objetivo investigar o engajamento de *stakeholders* relacionado à divulgação em relatórios de sustentabilidade. A população desta pesquisa é composta pelas companhias abertas listadas na B3 (Brasil, Bolsa e Balcão) que compunham o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3) em 2021.

#### 3.1 AMOSTRA E COLETA DE DADOS

A coleta de dados ocorreu de modo circunspeto por meio da leitura e análise dos relatórios de sustentabilidade e a documentação da produção técnica científica existente relacionada à concatenação dos temas de engajamento de *stakeholders* e sustentabilidade empresarial publicados e relevantes no meio acadêmico internacional nas áreas de Administração, Contabilidade, Economia, Finanças e Comunicação.

Este estudo teve como instrumento a amostragem intencional ou por julgamento de relatórios GRI, o que segundo Babbie (2020) é um tipo de amostragem não probabilística em que as unidades a serem observadas são intencionalmente selecionadas por suas características particulares com base no julgamento do pesquisador sobre quais serão as mais úteis ou representativas. Sendo assim, a pesquisa selecionou propositalmente uma amostra de relatórios de sustentabilidade que espelhariam boas práticas – justificando a escolha por empresas pertencentes à carteira ISE B3.

A adoção das diretrizes da GRI confere maior transparência e integridade sobre o desempenho de sustentabilidade do seu segmento, dada sua preocupação explícita com o desenvolvimento de uma relação melhor entre sociedade e meio ambiente (LOIOLA; SANTIAGO, 2021). Além disso, as empresas pertencentes à carteira ISE B3, pela maior capacidade de arcar com os custos do *disclosure* voluntário, são mais propensas a serem mais transparentes quanto ao processo de legitimação de atividades, melhoria de imagem e reputação, com possíveis reflexos positivos na criação de valor, conforme sugere o estudo de Crisóstomo, Forte e Prudêncio (2020).

A amostra conta com 46 empresas presentes no mercado de capitais brasileiro que estão listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE B3) no primeiro quadrimestre de 2021, conforme a Tabela 1.

### 3.2 INSTRUMENTO DE PESQUISA

Para identificar a frequência de engajamento dos conjuntos de *stakeholders* e as respectivas técnicas de engajamento, foi realizada uma análise de conteúdo em duas etapas. Uma vez que se trata de uma forma de análise de aderência das diretrizes propostas pela GRI para relatórios de sustentabilidade, foram levadas em consideração apenas as informações explícitas que apresentem elementos textuais e/ou gráficos condizentes com os pontos analisados.

Os dados utilizados foram os relatórios corporativos das quarenta e seis companhias participantes da carteira ISE no primeiro quadrimestre de 2021. Os relatórios corporativos podem ter sido publicados com as denominações: relatório de sustentabilidade; relato integrado; relatório anual; e equivalentes. As empresas supracitadas e seus respectivos setores estão expostos na Tabela 1. Para localizar os relatórios corporativos das empresas participantes referentes ao exercício de 2021, verificou-se a disponibilidade dos documentos nos respectivos sítios eletrônicos durante o período da coleta de dados. Este procedimento, realizado de 14 de fevereiro a 20 de abril de 2022.

Levando em consideração a omissão da GRI e da literatura no que se refere a uma taxonomia padronizada referente aos grupos de *stakeholders* e a falta de consenso sobre o que constitui “técnicas de engajamento” nos relatórios da GRI (MACHADO; DIAS; FONSECA, 2021), foi elaborada uma lista concisa das principais categorias de *stakeholders* e respectivos engajamentos cuja descrição está apresentada na Tabela 2.

Para a análise de conteúdo, foi realizada a leitura integral dos relatórios. Sendo assim, a primeira etapa deste estudo consistiu em mapear os diversos tipos de *stakeholders* e repetir o procedimento para a gama de técnicas divulgadas. Para a organização das informações e a codificação do texto em unidades, utilizou-se o software de planilhas Excel 2019.

Posteriormente, foi organizada uma lista de verificação padronizada para facilitar a codificação e a análise de cada relatório. O conteúdo de cada relatório GRI foi, então, codificado e avaliado de acordo com esta lista de verificação de maneira a viabilizar a comparação dos resultados, sob a forma de quadros comparativos.

**Tabela 2:** Lista e descrição dos dados coletados da análise de conteúdo

Variável	Descrição
<i>Informações gerais (BELLUCCI et al., 2019)</i>	
Seção de engajamento de <i>stakeholders</i>	Indica se há uma seção específica dedicada ao Engajamento de <i>stakeholders</i> .

*Metodologias utilizadas para engajamento (norma GRI G4-26; BELLUCCI et al., 2019)*

Consultas	consultas
Encontros	e.g. reuniões, visitas técnicas e presenciais, encontros
Entrevistas	entrevistas e outros procedimentos individuais
Grupos focais	e.g. workshops, programas, fóruns, painéis
Pesquisas	e.g. pesquisas, questionários, avaliações
Procedimentos padrão	e.g. canais formais, ouvidoria, assembleias
Redes sociais	e.g. mídias sociais e networks
Outras aplicações em web	outras aplicações tecnológicas
Outros	Indica se diferentes metodologias foram usadas

*Partes interessadas relatadas (norma GRI G4-24; MACHADO; DIAS; FONSECA, 2021)*

Acionistas	acionistas e investidores
Administração	e.g. gestores, alta administração, alta liderança, presidência
Associações	e.g. associações de empresas, associações do setor, associados
Clientes	e.g. clientes, consumidores, usuários
Colaboradores	e.g. colaboradores, funcionários, empregados
Comunidades	e.g. comunidades, públicos locais, moradores do entorno
Concorrentes	e.g. concorrentes, pares de mercado
Entidades de classe	e.g. entidades de classe, sindicatos
Especialistas	e.g. especialistas do setor, especialistas do mercado financeiro
Fornecedores	e.g. fornecedores
Governos	e.g. governo, poder público, órgãos governamentais
Influenciadores	influenciadores
Instituições acadêmicas	e.g. academia, universidade, instituições de ensino
Instituições financeiras	e.g. instituições financeiras, bancos
Mídia	e.g. mídia, imprensa
ONGs	e.g. organizações não governamentais, organizações sociais
Órgãos financiadores	órgãos financiadores
Órgãos reguladores	e.g. órgãos reguladores, órgãos fiscalizadores
Parceiros	e.g. parceiros, parceiros comerciais, parceiros de negócio
Prestadores de serviços	e.g. prestadores de serviço, revendedores
Redes sociais	redes sociais
Sociedade civil	e.g. sociedade civil, sociedade, entidades civis, público em geral
Outros	e.g. "partes interessadas", "franqueados", "comitês", "empresas", "instituições diversas", "mercado em geral", "startups"

**Fonte:** Elaborada pelos autores (2022).



## 4 RESULTADOS

Após as respectivas séries de análise de conteúdo, os resultados fornecem informações sobre vários aspectos do processo de engajamento das partes interessadas. Ao determinar como são realizadas as atividades de engajamento de *stakeholders* e quem são os destinatários dessas atividades, os resultados da análise de conteúdo estão resumidos em Figura 1 e Figura 2.

### 4.1 INFORMAÇÕES GERAIS

A análise de conteúdo mostra que 56,52% das organizações que pertencem à amostra atendem à recomendação GRI ao divulgar as atividades de engajamento de *stakeholders* em uma seção específica do relatório. O restante, em sua maioria, apresenta tais informações na seção de materialidade, enquanto um número reduzido de organizações apresenta-as de modo fragmentado ao longo dos relatórios.

### 4.2 GRUPOS DE *STAKEHOLDERS* ENGAJADOS

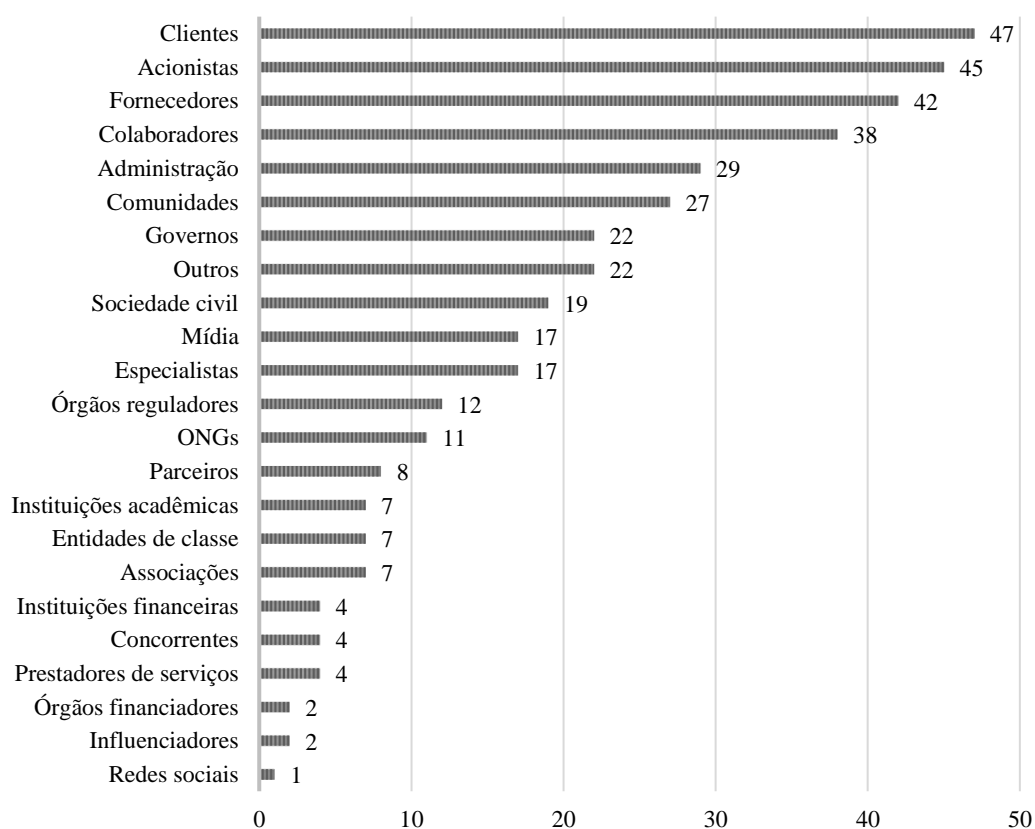
Levando em consideração a proposta da GRI que as organizações divulguem os grupos de *stakeholders* que estão incluídos no processo de engajamento (GRI, 2021), este estudo identificou a gama de *stakeholders* com os quais as organizações relataram o envolvimento durante a comunicação em seus relatórios. A Figura 1 apresenta os grupos de partes interessadas mais citados. A proximidade ou dependência dos grupos de *stakeholders* à organização revela a probabilidade de eles estarem incluídos no processo de engajamento. No total, as quarenta e seis organizações pesquisadas compartilharam essas informações e relataram 394 *stakeholders*.

Pode-se argumentar que os grupos mais engajados representam aqueles diretamente relacionados aos principais produtos e serviços das organizações, como acionistas (presente em 97,83% das organizações), fornecedores (91,30%), colaboradores (82,61%), administração (63,04%) e comunidades (58,70%). Em especial, todas as organizações apontaram clientes e uma organização apresentou duas nomenclaturas para o mesmo grupo, por isso, a presença desse grupo ultrapassa a totalidade e atinge 102,17%.

Uma vez que não há padronização das terminologias, houve a sobreposição de algumas categorias de partes interessadas. Em especial, todas as organizações apontaram clientes e uma organização apresentou duas nomenclaturas para o mesmo grupo.

Além disso, a particularidade de alguns setores requer a participação de tipos específicos de *stakeholders*, o que explica a participação no grupo “Outros” apresentados na Figura 1 – utilizada para indicar usuários através de nomenclaturas genéricas como "partes interessadas", "empresas", "instituições diversas", "mercado em geral". No geral, cada organização engajou uma média de 8,5 *stakeholders* em seus relatórios de sustentabilidade.

**Figura 1:** Grupos de *stakeholders* engajados em relatórios de sustentabilidade de organizações ISE B3.



**Fonte:** Elaborada pelos autores (2022).

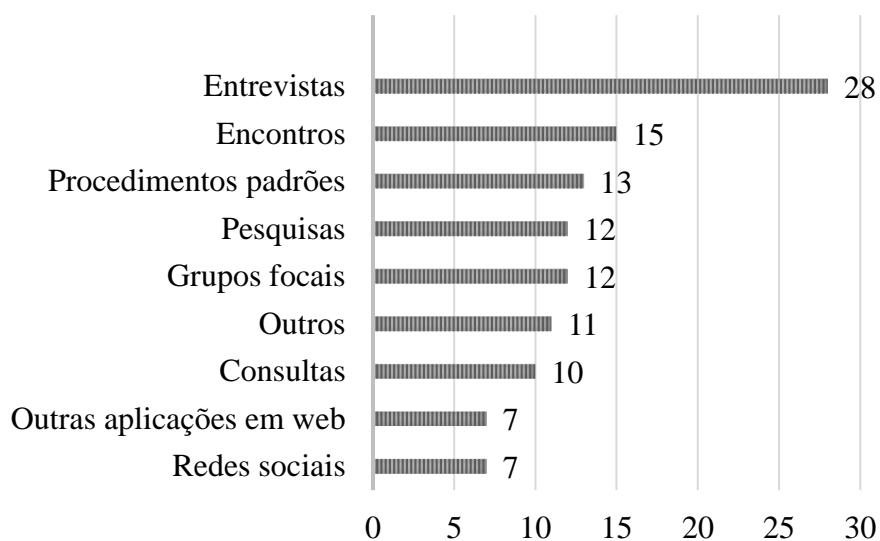
#### 4.3 PRÁTICAS DE ENGAJAMENTO DE *STAKEHOLDERS*

Além de explorar tipos e quantidade de grupos de *stakeholders*, este estudo também explorou técnicas de engajamento levantadas em relatos integrados. A Figura 2 abaixo mostra as técnicas de engajamento mais citadas pelas organizações relatoras.

Conforme mencionado na seção de procedimentos metodológicos, dada a falta de uma taxonomia padronizada das técnicas de engajamento, as categorias apresentadas na Figura 2 refletem a interpretação sugerida por Bellucci *et al.* (2019) sobre as principais categorias de engajamento encontradas nos relatórios da GRI. No entanto, outras categorias podem ser encontradas a depender das abordagens utilizadas para conceituar tais técnicas.

Ademais, as técnicas mais comuns buscam alcançar tanto o público interno quanto o externo e incluíam abordagens de engajamento passivo e ativo. Os resultados mostram que os métodos mais usados são as entrevistas (utilizada por 60,87% das empresas), seguidas por encontros (32,61%) e procedimentos padrões (28,26%). No escopo específico de investigar o uso corporativo das redes sociais, essa abordagem foi utilizada por apenas 15,22% como técnica para engajamento de *stakeholders*. Esses resultados mostram que a maioria das organizações se envolve ativamente e está disposta a receber *feedback*.

**Figura 2:** Abordagens de engajamento de *stakeholders* em relatórios de sustentabilidade de organizações ISE B3.



**Fonte:** Elaborada pelos autores (2022).

No entanto, os relatórios não foram objetivos sobre as especificidades de tais técnicas no geral e poucos detalharam com que frequência são usadas e sob quais condições e critérios. Um caso identificado foi a abordagem “consultas”, a qual foi utilizada para descrever o envolvimento das partes interessadas de forma genérica sem descrever as particularidades de como essa foi realizada. No geral, os relatórios também não eram evidentes sobre como os resultados do processo de engajamento foram considerados na preparação dos relatórios da GRI. Uma vez que não há consenso na literatura sobre quais os

tipos ideais de técnicas de engajamento devem ser utilizados e como devem ser apresentados, o valor médio de abordagens corresponde a 2,5 técnicas por organização.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal objetivo deste estudo foi investigar como e em que medida os relatórios da GRI, no Brasil para empresas reconhecidamente sustentáveis, divulgam informações relacionadas à gestão de partes interessadas. Especificamente, este artigo teve os objetivos: (a) identificar os *stakeholders* mais frequentemente engajados; (b) determinar respectivas técnicas de engajamento durante a análise de materialidade; e (c) explorar a potencial utilização corporativa das mídias sociais no processo de engajamento de *stakeholders*.

De forma geral, os resultados sugerem que, embora cumpram com os padrões estabelecidos pela GRI, as organizações não divulgaram informações abrangentes e detalhadas sobre suas abordagens para identificar tópicos materiais – reforçando as evidências encontradas pelos estudos de Bellucci *et al.* (2019) e Machado, Dias e Fonseca (2021). Apesar das diretrizes já estabelecidas, não existe um padrão global ou metodologia detalhada para testar ou avaliar a materialidade no contexto de divulgação dos relatórios de sustentabilidade. As abordagens das organizações para abordar essa questão são diversas e parcialmente genéricas.

Além disso, os grupos de *stakeholders* e respectivas técnicas de engajamento identificados revelaram que, apesar da adoção do mesmo padrão, tais divulgações podem ser extremamente diversas e, portanto, difíceis de comparar. Este estudo ajuda a entender que a busca pela padronização do relato de sustentabilidade é profunda, dada a amplitude e abrangência dos temas de sustentabilidade.

A GRI já desenvolveu indicadores padronizados para diferentes setores e tamanhos de organizações. No entanto, a sua divulgação ainda pode assumir formas muito diferentes. Apesar de suas limitações, os resultados deste estudo são importantes para a pesquisa, sugerindo uma oportunidade de desenvolver uma taxonomia padrão de grupos de partes interessadas e, conseqüentemente, tornar o processo de engajamento mais comparável entre as empresas principalmente no contexto de setores específicos.

Adicionalmente, apesar da literatura reforçar o uso corporativo de mídias sociais como um meio rápido, menos custoso e abrangente de comunicação, sua operação para o *disclosure* voluntário não é amplamente utilizada.

A limitação desse estudo está baseada em uma avaliação de 46 relatórios da GRI que foram verificados para divulgações de sustentabilidade – uma amostra cuja expectativa é o espelhamento de boas práticas. Ademais, pesquisas futuras podem complementar esta pesquisa exploratória com análises estatísticas e examinar os impactos dos relatórios de

sustentabilidade no desempenho das empresas, e ainda comparar os momentos “antes e depois” da mudança de metodologia do ISE.

As evidências encontradas representam contribuições adicionais para as pesquisas já realizadas em relação ao engajamento corporativo de *stakeholders* e às práticas de divulgação voluntária, principalmente em contexto nacional. As descobertas expõem a necessidade de padronizar novas ferramentas e indicadores para análise de relatórios de sustentabilidade. Relatórios insatisfatórios sobre análise de materialidade podem levar a potenciais conflitos com as partes interessadas – as quais podem não ter seus tópicos relevantes abordados de forma suficiente em relatórios. Para mais, as empresas relatoras podem conhecer a variedade de métodos utilizados por outras empresas e podem ser inspirados a usar métodos mais inovadores de identificação de *stakeholders* e tópicos.

## REFERÊNCIAS

- ABEYDEERA, S; TREGIDGA, H; KEARINS, K. Sustainability reporting—more global than local?. **Meditari Accountancy Research**, v. 24, n. 4, p. 478-504, 2016.
- AGOSTINO, D.; SIDOROVA, Y. How social media reshapes action on distant customers: some empirical evidence. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, 2017.
- AMBROZINI, L. S. Pressões internas e externas na utilização de padrões de divulgação de informações socioambientais amplamente aceitos: uma análise sobre estrutura de governança corporativa, ambiente institucional e a perspectiva de legitimação. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 14, n. 31, p. 3-26, 2017.
- ANDRADE, L. P. *et al.* Determinantes de adesão ao Índice de Sustentabilidade Empresarial da BM&FBOVESPA e sua relação com o valor da empresa. **Brazilian Review of Finance**, v. 11, n. 2, p. 181-213, 2013.
- BABBIE, E. *The Practice of Social Research*. 15. ed. Cengage Learning, 2020.
- BARAIBAR-DIEZ, E.; SOTORRÍO, L. L. O efeito mediador da transparência na relação entre responsabilidade social corporativa e reputação corporativa. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 20, p. 05-21, 2018.
- BARTOV, E.; FAUREL, L.; MOHANRAM, P. S. Can Twitter help predict firm-level earnings and stock returns?. **The Accounting Review**, v. 93, n. 3, p. 25-57, 2018.
- BELLUCCI, M. *et al.* Stakeholder engagement and dialogic accounting: empirical evidence in sustainability reporting. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 32, n. 5, p. 1467-499, 2019.
- BLANKESPOOR, E.; MILLER, G. S.; WHITE, H. D. The role of dissemination in market liquidity: Evidence from firms' use of Twitter™. **The accounting review**, v. 89, n. 1, p. 79-112, 2014.
- BRAGA, C.; SILVA, P. P.; SANTOS, A. Environmental disclosure in the Brazilian electricity sector. **International Journal of Innovation and Sustainable Development**, v. 8, n. 1, p. 37-52, 2014.
- CAMPOS, L. M. S. *et al.* Relatório de sustentabilidade: perfil das organizações brasileiras e estrangeiras segundo o padrão da Global Reporting Initiative. **Gestão & Produção**, v. 20, n. 4, p. 913-926, 2013.
- CRISÓSTOMO, V. L.; FORTE, H. C.; PRUDÊNCIO, P. A. Uma análise da adesão de organizações brasileiras à GRI como método de divulgação de informações de responsabilidade social corporativa. **Revista Ambiente Contábil**, v. 12, n. 2, p. 47-73, 2020.

- CRISÓSTOMO, V. L.; GOMES, L. A. S. Análise da evolução da adesão de empresas ao Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). **Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria**, v. 11, n. Esp. 2, p. 772-794, 2018.
- DE VILLIERS, C.; SHARMA, U. A critical reflection on the future of financial, intellectual capital, sustainability and integrated reporting. **Critical Perspectives on Accounting**, v. 70, p. 101999, 2020.
- DINIZ, M. L. F; CALLADO, A. L. C. Mensurando a sustentabilidade empresarial através do GRID de sustentabilidade empresarial (GSE): Um estudo em empresas do setor gráfico. **Amazônia, Organizações e Sustentabilidade**, v. 6, n. 2, p. 105-122, 2018.
- DYLLICK, T.; MUFF, K. Clarifying the meaning of sustainable business: Introducing a typology from business-as-usual to true business sustainability. **Organization & Environment**, v. 29, n. 2, p. 156-174, 2016.
- ELKINGTON, J. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. 1. ed. John Wiley and Sons Ltd., 1999.
- GIESEL, H. D.; NOBRE, F. S. M. Implicações de blockchain e transparência para a sustentabilidade empresarial: Revisão integrativa. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 22, n. 6, p. 1-30, 2021.
- GIORDANI, M. S.; SOSCHINSKI, C. K.; KLANN, R. C. Uso corporativo de mídia social e a responsabilidade social corporativa. **Revista Gestão Organizacional**, v. 12, n. 3, 2019.
- GRI. Consolidated Set of the GRI Standards. Amsterdam: Global Reporting Initiative, 2021. Disponível em: <https://www.globalreporting.org/standards/download-the-standards/>. Acesso em: 14 abr. 2022.
- GRI. GRI raises the global bar for due diligence and human rights reporting. Amsterdam: Global Reporting Initiative, 2021. Disponível em: <https://www.globalreporting.org/about-gri/news-center/gri-raises-the-global-bar-for-due-diligence-and-human-rights-reporting/>. Acesso em: 29 mar. 2022.
- GRUSHINA, S. V. Collaboration by design: Stakeholder engagement in GRI sustainability reporting guidelines. **Organization & Environment**, v. 30, n. 4, p. 366-385, 2017.
- HADDAWAY, N. R. et al. A framework for stakeholder engagement during systematic reviews and maps in environmental management. **Environmental evidence**, v. 6, n. 1, p. 1-14, 2017.
- HOANG, T. The role of the integrated reporting in raising awareness of environmental, social and corporate governance (ESG) performance. **Emerald Publishing Limited**, v. 14, p. 47-69, 2018.
- HUTTER, K. *et al.* The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention: the case of MINI on Facebook. **Journal of Product & Brand Management**, v. 22, n. 5/6, p. 342-351, 2013.



- ISE B3. Índice de Sustentabilidade Empresarial. Disponível em: [https://www.b3.com.br/pt\\_br/market-data-e-indices/indices/indices-de-sustentabilidade/indice-de-sustentabilidade-empresarial-ise.htm](https://www.b3.com.br/pt_br/market-data-e-indices/indices/indices-de-sustentabilidade/indice-de-sustentabilidade-empresarial-ise.htm). Acesso em: 06 mar. 2022.
- KOEHLER, C.; CARVALHO, M. J. S.; FRANCO, S. R. K. Interação social em rede e nas redes sociais na internet: reflexões para uma educação em rede. In: XX Congresso Internacional de Informática Educativa (TISE 2015). [Anais]. p. 713-718. 2015.
- LEE, L. F.; HUTTON, A. P.; SHU, S. The role of social media in the capital market: Evidence from consumer product recalls. **Journal of Accounting Research**, v. 53, n. 2, p. 367-404, 2015.
- LEONIDOU, E. et al. An integrative framework of stakeholder engagement for innovation management and entrepreneurship development. **Journal of Business Research**, v. 119, p. 245-258, 2020.
- LODHIA, S.; STONE, G. Integrated reporting in an internet and social media communication environment: conceptual insights. **Australian Accounting Review**, v. 27, n. 1, p. 17-33, 2017.
- LOIOLA, M. V. C.; SANTIAGO, A. M. S. Nível de aderência aos indicadores ambientais (GRI) de uma empresa de fruticultura do Vale do São Francisco. **Revista Gestão e Sustentabilidade Ambiental**, v. 10, n. 3, p. 197-218, 2021.
- MACHADO, B. A.; DIAS, L. C.; FONSECA, A. Transparency of materiality analysis in GRI-based sustainability reports. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 28, n. 2, p. 570-580, 2021.
- MANETTI, G.; BELLUCCI, M. The use of social media for engaging *stakeholders* in sustainability reporting. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 29, n. 6, p. 985-1011, 2016.
- MILLER, G. S.; SKINNER, D. J. The evolving *disclosure* landscape: How changes in technology, the media, and capital markets are affecting *disclosure*. **Journal of Accounting Research**, v. 53, n. 2, p. 221-239, 2015.
- MISSIONIER, S.; LOUFRANI-FEDIDA, S. Stakeholder analysis and engagement in projects: From stakeholder relational perspective to stakeholder relational ontology. **International journal of project management**, v. 32, n. 7, p. 1108-1122, 2014.
- NASCIMENTO, I. C. S. *et al.* Participação feminina no conselho de administração e a sustentabilidade empresarial. **Revista Gestão Organizacional**, v. 14, n. 2, p. 138-163, 2021.
- NETO, R. J.; PEREIRA, C. A. Relação entre o nível de relatórios de sustentabilidade de empresas pertencentes ao índice IBrX50 baseadas na metodologia GRI e o nível de Governança Corporativa. **RAGC**, v. 6, n. 24, 2018.

NISAR, T. M.; PRABHAKAR, G.; STRAKOVA, L. Social media information benefits, knowledge management and smart organizations. **Journal of Business Research**, v. 94, p. 264-272, 2019.

ODRIOZOLA, M. D.; BARAIBAR-DIEZ, E. Is Corporate Reputation Associated with Quality of CSR Reporting? Evidence from Spain. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 24 n. 2, p. 121–132, 2017.

OLIVEIRA, M. A. S. *et al.* Relatórios de sustentabilidade segundo a Global Reporting Initiative (GRI): uma análise de correspondências entre os setores econômicos brasileiros. **Production**, v. 24, p. 392-404, 2014.

SARKAR, Soumodip; SEARCY, Cory. Zeitgeist or chameleon? A quantitative analysis of CSR definitions. **Journal of Cleaner Production**, v. 135, p. 1423-1435, 2016.

SILVA, V. M.; LUCENA, W. C. L. Contabilidade ambiental: análise da participação no índice de sustentabilidade empresarial (ISE) e a rentabilidade das empresas listadas na [B]3. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 19, n. 2, p. 109-125, 2019.

SOUZA, T. C. G.; BENEDICTO, S. C.; SILVA, L. H. V. Relatório de Sustentabilidade: proposta de aplicação em uma Instituição de Ensino Superior comunitária à luz da Global Reporting Initiative (GRI). **REUNIR - Revista de Administração Contabilidade e Sustentabilidade**, v. 11, n. 2, p. 76-89, 2021.

TEIXEIRA, E. A.; NOSSA, V.; FUNCHAL, B. O índice de sustentabilidade empresarial (ISE) e os impactos no endividamento e na percepção de risco. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 22, p. 29-44, 2011.

TEOH, S. H. The promise and challenges of new datasets for accounting research. **Accounting, Organizations and Society**, v. 68, p. 109-117, 2018.

WILBURN, K.; WILBURN, R. Using global reporting initiative indicators for CSR programs. **Journal of Global Responsibility**, v.4, n. 1, p. 62-75, 2013.

WINKLER, A. P.; BROWN, J. A.; FINEGOLD, D. L. Employees as conduits for effective stakeholder engagement: An example from B corporations. **Journal of Business Ethics**, v. 160, n. 4, p. 913-936, 2019.