

RELATO INTEGRADO: ESTUDO DO VIÉS DOS RELATÓRIOS PUBLICADOS PELAS EMPRESAS LISTADAS NA BM&FBOVESPA PARA PUBLICAÇÃO DOS CAPITAIS FINANCEIRO, NATURAL, SOCIAL E DE RELACIONAMENTO NO PERÍODO DE 2012 A 2014

Ana Carolina Benício Rodrigues Evangelista

Graduada pela Universidade Federal de Pernambuco/Departamento de Contabilidade e Atuária da Universidade Federal de Pernambuco

Raimundo Nonato Rodrigues

Doutor pela Universidade de São Paulo/Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade/Professor do Departamento de Contabilidade e Atuária da Universidade Federal de Pernambuco

Roseane Patrícia de Araújo Silva

Doutora pela Universidade de Granada-Espanha/Faculdade de Ciências Econômicas e Empresariais/Departamento de Economia Financeira e Contabilidade/Professora do Departamento de Contabilidade da Universidade Estadual da Paraíba

Área Temática: H) Responsabilidade Social Corporativa

Palavras-chave: Relato Integrado, Capitais, Evidenciação.

RELATO INTEGRADO: ESTUDO DO VIÉS DOS RELATÓRIOS PUBLICADOS PELAS EMPRESAS LISTADAS NA BM&FBOVESPA PARA PUBLICAÇÃO DOS CAPITAIS FINANCEIRO, NATURAL, SOCIAL E DE RELACIONAMENTO NO PERÍODO DE 2012 A 2014.

Resumo

O objetivo central desta investigação foi identificar a incidência de divulgação dos capitais financeiro, natural e social e de relacionamento nas empresas listadas na BM&FBOVESPA entre os anos 2012-2014, utilizando um *cheklist* de indicadores elaborado a partir das especificações do Relato Integrado (2013). Trata-se de um estudo longitudinal, descritivo e quali-quantitativo. Para as tipologias de capitais investigadas, encontrou-se uma maior tendência de divulgação do capital financeiro (CF) e do capital social e de relacionamento (CSR), sobressaindo-se este último. O capital natural (CN) foi o menos divulgado, com uma tendência de aumento na sua divulgação ao longo dos anos.

1 Introdução

As informações financeiras são relevantes para a organização e seus *stakeholders*. Contudo, as organizações estão cada vez mais inseridas em ambientes onde fatores externos, mudança de cenários, informações não financeiras, dentre outros, impactam de forma significativa no seu resultado e na forma como são percebidas pelos seus múltiplos usuários. Aspectos relativos a questões ambientais e sociais, aliam-se aos aspectos econômicos, rompendo o paradigma da divulgação de informação meramente utilitária e de abrangência restrita aos *shareholders*, para uma visão que se estende à concepção de responsabilidade social corporativa (FERNANDES, 2007). Essas evidências resultaram em discussões que culminaram no surgimento do Relato Integrado, instrumento que busca a convergência das informações financeiras e não financeiras publicadas pelas empresas, de forma a possibilitar decisões que contribuam para a valorização da empresa no seu processo de continuidade.

O Relato Integrado compreende o *disclosure* de informações que visa a harmonização entre diversos relatórios corporativos e, nesse sentido, tem como base seis categorias de capitais, quais sejam: o capital financeiro, o manufaturado, o humano, o intelectual, o social e o natural.

A literatura sobre Relato Integrado, considerando sua precoce fase de desenvolvimento, pauta-se, no meio acadêmico, em abordagens relativas à incidência de divulgação de tipologias de capitais categorizados no modelo proposto, a relação entre a divulgação destes capitais com variáveis explicativas como: tamanho da empresa, setor de atividade, níveis de governança, entre outros, bem como reportam sobre as limitações, desafios teóricos e empíricos associados às diferentes maneiras em que o relatório integrado é compreendido e difundido dentro das instituições (VELTE & STAWINOVA, 2016; SLEWINSKI, GONÇALVES & SANCHES, 2015; NASCIMENTO ET AL., 2015; VILLERS, RINALDI & UNERMAN, 2014; CHENG ET AL., 2014).

A preocupação com a divulgação concomitante de informações financeiras e não financeiras, objetivando a geração de valor agregado para as corporações não é fato recente. Para Villers, Rinaldi & Unerman (2014) os últimos 20 anos abarcam um desenvolvimento considerável na literatura acadêmica sobre os sistemas de contabilidade e a prestação de contas para a gestão compartilhada de comunicação de informações de desempenho financeiro e não financeiro. Evidenciam a existência de várias propostas com estruturas que envolvem esse escopo, tais como o *Balanced Scorecard*, o *Triple Bottom Line*, o Relatório de Sustentabilidade e por fim os relatórios integrados.

Considerando os aspectos supracitados e a enfática relevância do *disclosure* de informações que atendam às necessidades de um diversificado leque de *stakeholders* que influenciam na continuidade das corporações, esta investigação estabelece a seguinte questão problema: Como se comporta a tendência de divulgação dos capitais financeiro, natural, social e de relacionamento das empresas pertencentes aos setores participantes da BM&FBOVESPA em um recorte longitudinal compreendido entre 2012-2014?

Assim, tem-se como objetivo central da pesquisa identificar a incidência de divulgação dos capitais financeiro, natural e social e de relacionamento nas empresas listadas na BM&FBOVESPA entre os anos 2012-2014, utilizando um *checklist* de indicadores elaborado a partir das especificações do Relato Integrado - RI (IIRC, 2013). Para atingir tal objetivo, a referida pesquisa, além desta introdução, aborda as principais características do Relato Integrado, especificações sobre a metodologia da investigação, apresenta seus resultados, as considerações finais e por fim as referências que serviram de suporte para a investigação.

2 O Relato Integrado

O Relato Integrado (RI) ganhou proeminência considerável a partir do ano de 2010 com a criação do IIRC—*International Integrated Reporting Council* (IIRC), um conselho que representa o corpo dominante com abrangência mundial com o objetivo de proporcionar o desenvolvimento de

políticas e práticas a respeito dos relatórios integrados. Iniciativas como essa, contudo, já haviam sido preconizadas pela África do Sul (CHENG ET AL., 2014).

O RI propõe um formato integrado de comunicação que informe adequadamente as principais questões que geram valor dentro de um conceito amplo de sustentabilidade, que assegura a perpetuidade da organização (IIRC,2013). Neste sentido, busca uma convergência entre o Relatório de Sustentabilidade no modelo GRI (*Global reporting initiative*) e as Demonstrações contábeis.

Estabelece em sua estrutura seis tipologias de capitais, quais sejam: (i) capital financeiro; (ii) capital manufaturado; (iii) capital intelectual; (iv) capital humano; (v) capital social e de relacionamento e; (vi) capital natural, atribuindo para as organizações o poder discricionário para adotar essas tipologias, pois considera essa categorização como diretriz para assegurar que as organizações atentem para todas as formas de capital utilizadas ou afetadas por elas. A existência de princípios norteadores deve ser considerada na elaboração e apresentação da estrutura do relato integrado, são eles: enfoque estratégico e orientação futura; conectividade de informações; comunicação com as partes interessadas; materialidade; concisão; confiabilidade e completude; consistência e comparabilidade. Estes princípios informam o conteúdo do relatório e como a informação é apresentada em seu arranjo lógico (IIRC, 2013).

Outro aspecto abordado como destaque na elaboração de um relato integrado é o concernente aos conceitos fundamentais que o norteiam, sendo estes, divididos em três partes: os capitais, o modelo de negócios e a criação de valor.

Muito se precisa avançar nos estudos sobre o Relato Integrado, existindo limitações, *gaps*, desafios teóricos e empíricos associados às mais variadas formas em que este relatório é compreendido e difundido dentro das instituições (VELTE & STAWINOVA, 2016; VILLERS, RINALDI & UNERMAN, 2014; CHENG ET AL., 2014)

3 Delineamento da pesquisa empírica

3.1 Desenho da amostra

Para composição da amostra, foram verificadas, entre as empresas listadas nos anos de 2012 a 2014 no *site* da BM&FBOVESPA, quais as que divulgaram relatos integrados, ou seja, relatórios anuais que continham informações financeiras e não financeiras em seus sítios eletrônicos. Investigou-se, assim, os 10 setores constantes no *site*, sendo eles: (i) bens industriais; (ii) construção e transporte; (iii) consumo cíclico; (iv) consumo não cíclico; (v) financeiro e outros; (vi) materiais básicos; (vii) petróleo, gás e biocombustíveis; (viii) tecnologia da informação; (ix) telecomunicação e; utilidade pública. Dentro de cada setor foram escolhidas três (3) empresas para compor a amostra, resultando em um total de trinta (30) empresas que divulgaram pelo menos dois (2) relatórios integrados anuais ao longo dos anos de 2012 a 2014. Exceção apresentada no setor de petróleo, gás e biocombustível, onde apenas uma (1) das empresas listadas possui a prática de divulgar relatório integrado, de cunho não estritamente financeiro, trazendo a impossibilidade de colher três (3) empresas, o que implicou na amostra de vinte e oito (28) empresas, conforme indicadas no quadro 1 abaixo.

Quadro I Amostra da pesquisa

SETOR	EMPRESAS
BENS INDUSTRIAIS	MAHLE, WEG, EMBRAER
CONSTRUÇÃO E TRANSPORTE	ETERNIT, GOL, JSL
CONSUMO CÍCLICO	RENNER, MAGAZINE LUIZA, MULTIPLUS S.A
CONSUMO NÃO CÍCLICO	BRF, PROFARMA, NATURA
FINANCEIRO E OUTROS	BANCO DO BRASIL, BNDES, BOVESPA
MATERIAIS BÁSICOS	DURATEX, FIBRIA, GERDAU
PETRÓLEO, GÁS E BIOCMBUSTÍVEIS	QGEP
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	BEMATECH, LINX, ITAUTEC
UTILIDADE PÚBLICA	SABESP, LIGHT, COMGÁS
TELECOMUNICAÇÕES	ALGAR, OI, TIM

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

3.2 Coleta de dados

Uma vez selecionada a amostra da pesquisa, procedeu-se a coleta dos dados, a qual foi realizada através do acesso aos sítios eletrônicos das empresas pertencentes à amostra do estudo. A coleta foi realizada no período compreendido entre os meses de julho a agosto de 2015, com intuito de obter os relatórios integrados das empresas selecionadas referentes ao recorte temporal estabelecidos para o desenvolvimento desta investigação, qual seja, o período entre 2012-2014. Constatou-se que, das 28 empresas, duas divulgaram relatórios integrados em apenas dois anos: Linx e Itautec, pertencentes ao setor de tecnologia da informação.

Assim, ao averiguar a divulgação de informações financeiras e não financeiras, concomitantemente, pelas corporações investigadas, pode-se encontrar as evidências destacadas na tabela 1.

Tabela 1 - Prática de Divulgação de Relatos Integrados Anuais de 2012 a 2014

	2012	%	2013	%	2014	%
Divulgou	27	96,43%	28	100,00%	27	96,43%
Não divulgou	1	3,57%	0	0,00%	1	3,57%
Total	28	100%	28	100%	28	100%

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Esta investigação utilizou a técnica de análise de conteúdo para obtenção dos objetivos propostos, buscando conhecer o viés informacional em relação aos capitais: (i) financeiro, (ii) social e de relacionamento e (iii) natural, bem como, identificar, entre as referidas tipologias de capitais, qual o capital mais recorrente e quais informações são percebidas com maior importância pelas empresas selecionadas na amostra.

Neste sentido, para verificar a tendência de divulgação das tipologias de capitais, preconizadas pela estrutura do Relato Integrado (RI), escolhidas neste estudo, fez-se uso de um *checklist* de KPIs (indicadores-chave), tomando como base os indicadores abordados na parte complementar do RI, intitulada “*The Capitals*”. Dessa forma, o *checklist* apresenta-se composto por 69 palavras, relacionadas aos três tipos de capitais. Ressalta-se que estas palavras foram utilizadas com significados semelhantes ou aproximados, em sua forma singular e/ou plural e com diferenciação de gênero, além disso, adicionaram-se outras palavras a fim de retroalimentar a coleta de informações, em conformidade com as palavras existentes nos relatórios integrados, das empresas avaliadas. No quadro 2, apresentam-se as categorias de capitais e suas respectivas palavras relacionadas.

De posse dos relatórios financeiros e não financeiros disponibilizados pelas empresas que formaram a amostra da pesquisa, realizou-se a coleta de palavras relacionadas aos capitais alvos da investigação e registrou-se a quantidade de vezes que as palavras escolhidas estavam presentes nos relatórios, trazendo indícios do viés da informação divulgada.

Quadro 2 Checklist dos capitais envolvidos na pesquisa e suas respectivas palavras associadas.

Capital Natural	Emissão, CO2, Carbono, Energia, Fonte, Resíduo, Acidente, Multa, Indenização, Indenizações, Processo, Reciclagem, Reciclado, Recicla, Recicláveis, Investimento, Proteção, Ambiental, Ambiente, Animais, Animal, Natureza, Teste.
Capital Financeiro	Retorno, Ativo, Passivo, Patrimônio, Lucro, Lucrativo, Prejuízo, Ebit, Ebitda, Financeiro, Dívida, Endividamento, Receita, Despesa, Mercado, Custo, Capital.
Capital Social e de Relacionamento	Ranking, Excelente, Excelência, Melhor, Voluntário, Voluntária, Trabalhista, Trabalha, Reclamação, Reclamações, Reclama, Processo, Ações, Sociais, Ação, Social, Projeto, Culturais, Cultural, Cultura, índice, Pesquisa, Satisfação, Projeto, Provisão, Filantropia, Gasto, Trabalho, Saúde, Saudável, Qualidade.

Fonte : elaboração própria a partir do IIRC (2013)

Após a aplicação do *checklist* das palavras relacionadas aos capitais, foi possível diagnosticar a tendência de divulgação do capital natural, capital social e de relacionamento e capital financeiro nas empresas ao longo dos anos de 2012 a 2014, bem como realizar uma comparação na tendência de divulgação destas informações nos setores e entre os setores, sendo este último aspecto, demonstrados através de gráficos nas seções seguintes.

4 Principais resultados

Uma vez identificada a incidência de palavras referentes aos capitais em foco, nesta pesquisa, nos relatos integrados das empresas listadas na BM&FBOVESPA que compõe a amostra, faz-se a partir desse ponto do trabalho, o destaque para os resultados no que concerne ao capital natural, capital financeiro e capital social e de relacionamento, apresentando estes resultados por cada setor estudado e entre os setores e, depois, destaca-se uma comparação dos três capitais, conjuntamente, por setor e entre os setores.

4.1 Capital Natural

4.1.1 Análise da divulgação do capital natural por setor.

No setor de bens industriais, o capital natural teve maior representatividade em relação aos capitais financeiro e social e de relacionamento aumentando ao longo dos anos, sendo de 27% em 2012 e aumentando para 28% em 2014, porém em relação à quantidade absoluta de palavras diminuiu de 2012 para 2013, porém aumentou de 2013 para 2014 (Apêndice 1).

O setor de construção e transporte teve maior representatividade das palavras em relação aos capitais financeiro e social e de relacionamento constante nos anos de 2012 e 2013, representando 21%, aumentando em 2014 passando a ser 23%. A quantidade absoluta de palavras se manteve praticamente constante nos anos de 2012 e 2013, mas diminuiu bastante em 2014, principalmente por conta da Eternit que diminuiu a quantidade de vezes que falou sobre o capital natural em todas as palavras, o que não significa necessariamente algo ruim, pode ter sido um reflexo de terem diminuído o tamanho do relato integrado ao longo dos anos (Apêndice 2).

No setor de consumo cíclico a representatividade das palavras em relação aos capitais financeiro e social e de relacionamento foi de 27% em 2012, 23% em 2013 e 21% em 2012, diminuindo 3% ao longo dos três anos. Em relação à quantidade de palavras absolutas, as empresas tiveram um pico em 2013 (Apêndice 3).

No setor de consumo não cíclico a representatividade das palavras em relação aos capitais financeiro e social e de relacionamento em 2012 foi de 24%, tendo um aumento considerável em 2013 passando a ser de 27%, porém em 2014 houve uma queda para 24%. Enquanto que em relação à quantidade de palavras absolutas, houve o mesmo comportamento, aumentando de 2012 para 2013 e diminuindo consideravelmente de 2013 para 2014. Apesar da empresa Profarma ter deixado de divulgar sobre muitos assuntos em 2013 como emissões de gases, energia, entre outros, e ter voltado a divulgar em 2014, a quantidade de palavras aumentou devido ao aumento de divulgação das empresas Natura e Brasil Foods no mesmo ano. A diminuição considerável de 2013 para 2014 foi principalmente por conta da empresa Natura, que não divulgou sobre assuntos outrora divulgados como energia, acidentes, animais, entre outros (Apêndice 4).

O setor de financeiro e outros, teve sua representatividade das palavras em relação aos capitais financeiro e social e de relacionamento aumentada ao longo dos anos. Em 2012 foi de 25%, em 2013, de 26% e em 2014 de 27%, aumentando 1% ao ano, porém, em relação à quantidade absoluta de palavras, diminuiu de 2012 para 2013 e aumentou de 2013 para 2014. Esta diminuição entre 2012 e 2013 é proveniente da empresa BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), a qual tratou menos de assuntos sobre capital natural como energia e meio ambiente, mas não deixou de divulgar, como ocorreu em outras empresas (Apêndice 5).

No setor de materiais básicos, a representatividade do capital natural em relação ao financeiro e social e de relacionamento foi de 24% em 2012, 26% em 2013 e 26% em 2014, tendo um aumento de 2% ao longo dos anos. Quanto às palavras em seu número absoluto, aumentou de 2012 para 2013 e diminuiu muito pouco de 2013 para 2014, praticamente se mantendo constante (Apêndice 6).

No setor de petróleo, gás e biocombustível a análise vai se restringir à empresa Queiroz Galvão, dada a impossibilidade de obter informações sobre outras empresas. O capital natural representou 20% em 2012, aumentando para 33% em 2013 e para 35% em 2014. Porém, a quantidade absoluta de palavras diminuiu no período (Apêndice 7).

No setor de tecnologia da informação, a representatividade do capital natural se manteve praticamente constante em 2012 e 2013, com 22%, porém diminuiu para 19% em 2014. A

quantidade de palavras por sua vez, diminuiu consideravelmente de 2012 a 2014, ressaltar-se que, neste setor, a Linx não divulgou o relato integrado em 2012 e, em 2014, a Itaotec não divulgou, o que pode ter prejudicado a análise deste setor (Apêndice 8).

O setor de utilidade pública, em relação à representatividade dos capitais, apresenta o capital natural em 2012 com um percentual de representatividade de 26%, aumentando em 2013 para 28% e se manteve constante em 2014, com também 28%. Em relação à quantidade de palavras, houve uma queda ao longo dos anos. Mas vale acentuar que a empresa COMGÁS procurou enxugar os seus relatórios de 2012 para 2013 permanecendo assim em 2014 (Apêndice 9).

O setor de telecomunicações teve a representatividade constante em 2012 e 2013, com 30%, aumentando em 2014 para 31%. Enquanto que a quantidade das palavras cresceu ao longo dos anos (Apêndice 10).

4.1.2 Análise da divulgação do capital natural entre os setores

Ao analisar a divulgação do capital natural entre os setores ao longo dos anos, percebe-se que em 2012, os setores que mais divulgaram sobre o capital natural, de acordo com as palavras selecionadas, foram utilidade pública, com 18%; financeiro e outros, com 15%; consumo não cíclico, com 14% e; telecomunicações e materiais básicos, ambos com 10%.

Em 2013, o setor de utilidade pública ficou novamente em primeiro lugar com 17%; depois o consumo não cíclico com 15%, seguido pelo financeiro e outros com 14% e materiais básicos e telecomunicações, ambos com 11%.

Já em 2014, o setor de utilidade pública, mais uma vez, apresentou-se em destaque no primeiro lugar, com 18%, mas empatado com o setor financeiro e outros que também ficaram com 18%, seguido por telecomunicações e materiais básicos, onde ambos ficaram com 13%, logo após, observa-se consumo não cíclico e bens industriais com 10%.

Tabela 2 - Divulgação do capital natural entre setores no período de 2012 a 2014.

	2012	%	2013	%	2014	%
BENS INDUSTRIAIS	866	9%	818	9%	835	10%
CONSTRUÇÃO E TRANSPORTE	872	9%	878	9%	661	8%
CONSUMO CÍCLICO	477	5%	661	7%	445	5%
CONSUMO NÃO CÍCLICO	1329	14%	1449	15%	850	10%
FINANCEIRO E OUTROS	1460	15%	1330	14%	1495	18%
MATERIAIS BÁSICOS	921	10%	1093	11%	1087	13%
PETRÓLEO, GÁS E BIOCOMBUSTÍVEIS	324	3%	298	3%	275	3%
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	606	6%	372	4%	201	2%
UTILIDADE PÚBLICA	1773	18%	1667	17%	1566	18%
TELECOMUNICAÇÕES	1006	10%	1031	11%	1089	13%

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

4.1.3 Considerações sobre o capital natural: emissão de gases, preservação dos animais e reciclagem

O capital natural, segundo o *Integrated Reporting* - IR(2013), incorpora todos os recursos ambientais renováveis e não renováveis, bem como os processos ambientais que fornecem bens ou serviços que apoiam a prosperidade passada, presente e futura de uma corporação, relacionando-se a aspectos como: água, terra, minerais e florestas, biodiversidade e a qualidade do ecossistema.

Neste sentido, optou-se, neste trabalho, considerando a relevância instituída para a forma como as empresas tratam as questões ambientais, uma vez que utilizam indispensavelmente, os recursos naturais em seus processos produtivos, identificar quais os setores que estão apresentando em seus relatos integrados maior destaque para divulgação do capital natural, ao tratar aspectos como emissão de gases, preservação dos animais e reciclagem.

Concernente à emissão de gás carbônico, detectou-se que o setor de consumo não cíclico está em primeiro lugar em vias de divulgação, fato esse, associado à empresa Natura e a Brasil Foods, sendo a primeira, uma empresa brasileira que atua no setor de produtos de tratamento para o rosto e o corpo, banho, óleos corporais, perfumaria, cabelos, proteção solar, retirando, prioritariamente, da natureza toda a matéria prima para o desenvolvimento de seus produtos e, a segunda, atuante do ramo alimentício, criada a partir da associação entre as marcas Sadia e

Perdigão, líderes mundiais na exportação de proteína animal e produção de alimentos. Em segundo lugar está o setor financeiro e outros, destacando-se o Banco do Brasil. Na sequência o setor de materiais básicos, seguido do setor de telecomunicações. Observa-se no quadro 4 a divulgação de informações sobre emissão de gases poluentes nas empresas objeto de estudo, sendo esta exposição realizada em ordem decrescente de divulgação, ou seja, das empresas que mais divulgam para as que menos divulgam. Atenta-se para o fato de que um dos setores que muito contribui para a emissão de gases do efeito estufa, o setor de petróleo, gás e biocombustível, apresenta-se como o que menos divulga informações sobre esse aspecto.

Quadro 1 Setores que mais divulgaram sobre emissão de gases do efeito estufa

1	CONSUMO NÃO CÍCLICO
2	FINANCEIRO E OUTROS
3	MATERIAIS BÁSICOS
4	TELECOMUNICAÇÕES
5	CONSTRUÇÃO E TRANSPORTE
6	UTILIDADE PÚBLICA
7	BENS INDUSTIAIS
8	CONSUMO CÍCLICO
9	TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO
10	PETRÓLEO, GÁS E BIOCMBUSTÍVEIS

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Ao averiguar a incidência de divulgação sobre preservação da espécie animal, verificou-se, através da análise de conteúdo, que há setores que não lidam direta ou indiretamente com animais, por isso não mencionam sobre o assunto em seus relatos integrados ao longo dos anos de 2012 a 2014 e, quando mencionam, há apenas uma nota que não lidam com animais em seus relatos integrados como os setores: bens industriais, utilidade pública, telecomunicações, consumo cíclico e tecnologia da informação.

O setor de consumo cíclico, que envolve empresas de cosméticos, medicamentos e gêneros alimentícios, por sua vez, foi o que mais se preocupou com este tipo de divulgação, destacando-se a empresa Natura e a Brasil Foods. A Brasil Foods, empresa de carne e processados, preocupa-se em expor em seu relato integrado que preza pelo bem estar do animal e afirmam que todas as normas brasileiras e europeias de bem estar animal são cumpridas, garantindo à empresa certificações de instituições europeias e asiáticas. A Natura, por sua vez, se preocupa em expor que não realiza seus testes em animais, tendo uma política de repúdio a testes desta natureza. Na sequência, observa-se a divulgação desse tipo de informação para o setor de materiais básicos, destacando-se a empresa Fibria, que tem seus negócios intimamente ligados com o meio ambiente, demonstrando preocupação com os impactos causados ao mesmo e apresenta um banco de dados de biodiversidade que relaciona as espécies existentes nas áreas da empresa. Em terceiro lugar o setor de financeiro e outros, que não lida diretamente com animais, mas o BNDES opera, por exemplo, com instrumentos de apoio específicos para o desenvolvimento de inovação na produção agrícola e na indústria alimentícia, como o programa Inova Agro, e o Banco do Brasil que investe em agropecuária. Seguidamente, têm-se o setor de construção e transporte e os demais, que se expõem em ordem decrescente de nível de divulgação, no quadro 5 abaixo.

Quadro 5 Setores que mais divulgaram sobre preservação dos animais

1	CONSUMO NÃO CÍCLICO
2	MATERIAIS BÁSICOS
3	FINANCEIRO E OUTROS
4	CONSTRUÇÃO E TRANSPORTE
5	PETRÓLEO, GÁS E BIOCMBUSTÍVEIS
6	BENS INDUSTIAIS
8	UTILIDADE PÚBLICA
7	TELECOMUNICAÇÕES
9	CONSUMO CÍCLICO
10	TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Quanto à divulgação de informações sobre reciclagem, mais uma vez, o setor não cíclico é o que mais se destaca, apontando as empresas Natura e Brasil Foods como às que mais se preocupam com esta tipologia de divulgação que envolve o capital natural.

A Natura tem como meta para 2020 que as embalagens dos produtos sejam no mínimo 74% reciclável; utilizar, no mínimo, 10% de material reciclado pós-consumo na massa total das embalagens; 40% das unidades faturadas Natura terão embalagens ecoeficientes. A Brasil Foods também afirma, por exemplo, que investe na redução, reciclagem e reutilização de materiais durante o ciclo de vida de seus produtos e processos industriais, com vistas à maior eficiência de custos e à redução dos impactos. No quadro 6, pode-se observar os setores que tiveram da maior a menor divulgação sobre reciclagem.

Quadro 6 Setores que mais divulgaram sobre reciclagem

1	CONSUMO NÃO CÍCLICO
2	TELECOMUNICAÇÕES
3	FINANCEIRO E OUTROS
4	UTILIDADE PÚBLICA
5	CONSTRUÇÃO E TRANSPORTE
6	TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO
7	BENS INDUSTIAIS
8	MATERIAIS BÁSICOS
9	CONSUMO CÍCLICO
10	PETRÓLEO, GÁS E BIOCOMBUSTÍVEIS

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa

As evidências apontam para o setor de consumo não cíclico, como sendo àquele, entre os setores estudados que mais se destaca no *disclosure* de informação de capital natural ao tratar os indicadores inerentes à emissão de gases do efeito estufa, preservação dos animais e reciclagem, destacando as empresas Natura e Brasil Foods como as que mais contribuem este elevado índice de divulgação.

4.2 Capital Financeiro

4.2.1 Análise da divulgação do capital financeiro nos setores

No setor de bens industriais o capital financeiro teve sua representatividade em relação aos capitais natural e social e de relacionamento constante, sendo de 29% em 2012, 30% em 2013 e 29% em 2014, porém, em relação à quantidade absoluta de palavras, observou-se uma queda de 2012 para 2013, mas um aumento em 2014 (Apêndice 1).

Já no setor de construção e transporte, o capital financeiro foi o que teve maior representatividade dos três capitais, sendo de 44% em 2012; 45% em 2013 e 39% em 2014, mas a quantidade absoluta de palavras se manteve praticamente constante em 2012 e 2013, diminuindo consideravelmente em 2014 devido a empresa Eternit ter diminuído seu relatório integrado em 2014, diferente das empresas Gol e JSL que se mantiveram praticamente constantes. A empresa Eternit, em 2014, deixou de falar de assuntos antes bem explorados em seus anteriores relatos que foram passivo e prejuízo e diminuiu bastante a quantidade de vezes que falou sobre palavras relacionadas ao capital financeiro no geral (Apêndice 2).

A representatividade do capital financeiro no setor de consumo cíclico, como um todo, em relação aos outros capitais, aumentou de 30% em 2012 para 34% em 2013, diminuindo um pouco em 2014, passando para 33% (Apêndice 3).

O setor de consumo não cíclico por sua vez teve alta representatividade quanto ao capital financeiro em relação aos capitais natural e social e de relacionamento, onde em 2012 foi de 40%, caindo para 34% em 2013, mas teve aumento significativo para 48% em 2014 (Apêndice 4).

A representatividade no setor financeiro e outros, em relação aos capitais ficou praticamente constante ao longo dos anos, sendo de 37% em 2012 e 2013, diminuindo para 35% em 2014, apesar de a quantidade absoluta de palavras ter diminuído de 2012 para 2013 e crescido em 2014. A queda em 2013 teve como motivo principal a BNDES que passou a falar menos sobre assuntos como patrimônio, lucro, financeiro, capital (Apêndice 5).

No setor de materiais básicos a representatividade do capital financeiro em relação aos capitais natural e social e de relacionamento foi de 42% em 2012; 38% em 2013 e 39% em 2014. Por sua vez, a quantidade absoluta de palavras ficou praticamente constante no período (Apêndice 6).

No setor de petróleo, gás e biocombustível a análise vai se restringir à empresa Queiroz Galvão, dada a impossibilidade de obter informações sobre outras empresas. O capital financeiro teve sua representatividade alta em 2012 com 52%, diminuindo para 31% em 2013 e para 22% em 2014. A quantidade absoluta de palavras diminuiu bastante no período, pois falou menos sobre todas as palavras relacionadas ao capital financeiro ao longo dos anos (Apêndice 7).

No setor de tecnologia da informação a representatividade do capital financeiro se manteve alta no período, com 49% em 2012; 46% em 2013, aumentando para 51% em 2014. A quantidade de palavras por sua vez, diminuiu consideravelmente ao longo dos anos, vale ressaltar, que no setor de tecnologia da informação, em 2012, a Linx não divulgou o relato integrado e em 2014, a Itaotec que não divulgou, o que pode ter prejudicado a análise (Apêndice 8).

O capital financeiro, no setor de utilidade pública, teve sua representação em relação aos outros capitais de 42% em 2012, 35% em 2013 e 36% em 2014, porém a quantidade de palavras absoluta diminuiu ao longo dos anos. Principalmente devido a empresa Comgás que diminuiu de forma significativa, quase 90%, a divulgação das palavras do capital financeiro, palavras como passivo, patrimônio deixaram de ser abordadas e as outras tiveram sua ocorrência diminuída (Apêndice 9).

O setor de telecomunicações teve sua representatividade, quanto ao capital financeiro, em 2012, de 27%, diminuindo em 2013 para 26% e 24% em 2014. Já a quantidade de palavras se manteve também praticamente constante em 2012 e 2013, diminuindo em 2014 (Apêndice 10).

4.2.2 Análise da divulgação do capital financeiro entre os setores

Ao analisar a divulgação do capital financeiro entre os setores, ao longo dos anos, percebe-se que em 2012, os cinco setores que mais divulgaram sobre o capital financeiro, de acordo com as palavras selecionadas, foram utilidade pública, com 19%; consumo não cíclico com 15%; financeiro e outros com 14%, construção e transporte, com 12% e materiais básicos com 10%.

Em 2013, o setor de utilidade pública ficou novamente em primeiro lugar com 16%; seguido por consumo não cíclico, financeiro e outros e construção e transporte, todos com 14%, depois materiais básicos, com 12%. Na tabela 3, a seguir, pode-se observar as percentagens de todos os setores. Os cinco que mais se destacaram em 2014 foram os setores de utilidade pública, que ficou novamente em primeiro lugar, com 15%, seguido pelo setor financeiro e outros que ficou com 14%, após o consumo não cíclico com 13% e materiais básicos com 12% e construção e transporte com 8%.

Tabela 3 Divulgação do capital financeiro entre setores no período de 2012 a 2014

	2012	%	2013	%	2014	%
BENS INDUSTRIAIS	956	6%	910	7%	851	6%
CONSTRUÇÃO E TRANSPORTE	1813	12%	1830	14%	1128	8%
CONSUMO CÍCLICO	403	3%	978	8%	674	5%
CONSUMO NÃO CÍCLICO	2234	15%	1790	14%	1689	13%
FINANCEIRO E OUTROS	2151	14%	1862	14%	1910	14%
MATERIAIS BÁSICOS	1579	10%	1569	12%	1597	12%
PETRÓLEO, GÁS E BIOCMBUSTÍVEIS	841	6%	276	2%	169	1%
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	1338	9%	791	6%	531	4%
UTILIDADE PÚBLICA	2903	19%	2074	16%	2026	15%
TELECOMUNICAÇÕES	881	6%	891	7%	825	6%

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

4.2.3 Considerações sobre o capital financeiro

Dentre os pontos mais recorrentes tratados pelas empresas sobre o capital financeiro, destacam-se os relacionados com o resultado. Assuntos como lucro, receita, ebitda, despesa, endividamento foram os mais recorrentes, demonstrando assim, a preocupação das empresas, em seus relatos, em apresentar conexão das informações financeiras e não financeiras, mostrando a geração de valor ao longo do tempo. As empresas investigadas não hesitaram em divulgar pontos como dívida, despesas, mostrando transparência na divulgação das informações financeiras. Os setores que mais divulgaram sobre estes assuntos foram utilidade pública, materiais básicos, construção e transporte e consumo não cíclico.

4.3 Capital social e de relacionamento

4.3.1 Análise da divulgação do capital social e de relacionamento nos setores

No setor de bens industriais, o capital social e de relacionamento teve sua representatividade em relação aos capitais natural e financeiro praticamente constante no período com 44% em 2012, e 43% em 2013 e 2014. A quantidade absoluta de palavras diminuiu ao longo dos anos (Apêndice 1).

No setor de construção e transporte, a representatividade do capital social e de relacionamento foi de 35% em 2012, diminuindo para 34% em 2013, aumentando para 38% em 2014, mas a quantidade absoluta de palavras diminuiu ao longo dos anos principalmente em 2014 devido a empresa Eternit ter tratado menos sobre questões trabalhistas, reclamações, questões sociais, entre outros (Apêndice 2).

No setor de consumo cíclico, apesar da quantidade absoluta de palavras ter aumentado em 2013 diminuiu em 2014. Sua representatividade em relação aos outros capitais se manteve alta, sendo 46% em 2012; diminuindo para 43% em 2013, aumentando novamente para 46% em 2014. (Apêndice 3).

No setor de consumo não cíclico, o capital social e de relacionamento teve sua representatividade em relação aos capitais natural e financeiro de 36% em 2012, aumentando para 39% em 2013, diminuindo bastante para 28% em 2014. Em relação à quantidade absoluta de palavras ficou praticamente constante em 2012 e 2013, mas caiu bastante em 2014. Houve esta queda em 2014 devido a Natura ter deixado de tratar sobre muitos assuntos antes presentes em seu relatório ou passou a falar menos sobre os assuntos, como questões culturais, trabalhistas, voluntárias, reclamações, a qualidade. Houve uma queda na Natura de quase 90% nas palavras neste ano (Apêndice 4).

A representatividade no setor financeiro e outros em relação ao capital social e de relacionamento ficou praticamente constante ao longo dos anos, sendo de 38% em 2012, 37% em 2013, e 38% em 2014, apesar da quantidade absoluta de palavras ter diminuído de 2012 para 2013 e aumentado para 2014 (Apêndice 5).

No setor de materiais básicos, a representatividade do capital social e de relacionamento foi de 35% em 2012, 36% em 2013 e 35% em 2014. Por sua vez, a quantidade absoluta de palavras aumentou de 2012 para 2013, mas diminuiu de 2013 para 2014 (Apêndice 6).

No setor de petróleo, gás e biocombustível a análise vai se restringir à empresa Queiroz Galvão, dada a impossibilidade de obter informações sobre outras empresas. O capital social e de relacionamento teve sua representatividade aumentando ao longo dos anos, com 28%, para 36% em 2013 e para 43% em 2014 (Apêndice 7).

No setor de tecnologia da informação a representatividade se manteve praticamente constante, com 29% em 2012; 32% em 2013 e 30% em 2014. A quantidade de palavras por sua vez, diminuiu consideravelmente ao longo dos anos (Apêndice 8).

O capital social e de relacionamento no setor de utilidade pública teve sua representação em relação aos outros capitais de 32% em 2012, 37% em 2013 e 36% em 2014, porém a quantidade de palavras absoluta se manteve praticamente constante em 2012 e 2013, diminuindo em 2014 (Apêndice 9).

No setor de telecomunicações, o capital social e de relacionamento teve sua representatividade alta em relação aos outros capitais, sendo 43% em 2012, 44% em 2013 e 45% em 2014 (Apêndice 10).

4.3.2 Análise da divulgação do capital social e de relacionamento entre os setores

Ao analisar a divulgação do capital social e de relacionamento entre os setores ao longo dos anos, percebe-se que em 2012, os setores que mais divulgaram sobre o capital social e de relacionamento, de acordo com as palavras selecionadas, foram, na sequência: o setor de utilidade pública e o setor financeiro e outros, com 15%; o setor de consumo não cíclico, com 14%; construção e transporte e o setor telecomunicações, com 10%.

Em 2013, o setor de utilidade pública ficou novamente em primeiro lugar junto com consumo não cíclico com 15%, financeiro e outros com 14%, materiais básicos e telecomunicações com 11%.

Em 2014, o setor de financeiro e outros ficou em primeiro lugar com 17%, ficando à frente do setor utilidade pública com 16%, seguido pelo setor de telecomunicações 13%, logo após vem o setor de materiais básicos com 12% e bens industriais com 11%. Na tabela 4, abaixo, pode-se observar todos os setores.

Tabela 4 Divulgação do capital social e de relacionamento entre setores no período de 2012 a 2014

	2012	%	2013	%	2014	%
BENS INDUSTRIAIS	1431	10%	1314	9%	1285	11%
CONSTRUÇÃO E TRANSPORTE	1445	10%	1395	10%	1094	9%
CONSUMO CÍCLICO	867	6%	1250	9%	948	8%
CONSUMO NÃO CÍCLICO	2030	14%	2057	15%	1006	8%
FINANCEIRO E OUTROS	2168	15%	1882	14%	2078	17%
MATERIAIS BÁSICOS	1351	10%	1495	11%	1417	12%
PETRÓLEO, GÁS E BIOCOMBUSTÍVEIS	452	3%	327	2%	335	3%
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	812	6%	544	4%	309	3%
UTILIDADE PÚBLICA	2196	15%	2157	15%	1979	16%
TELECOMUNICAÇÕES	1437	10%	1509	11%	1595	13%

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa

4.3.3 Considerações sobre o capital social e de relacionamento

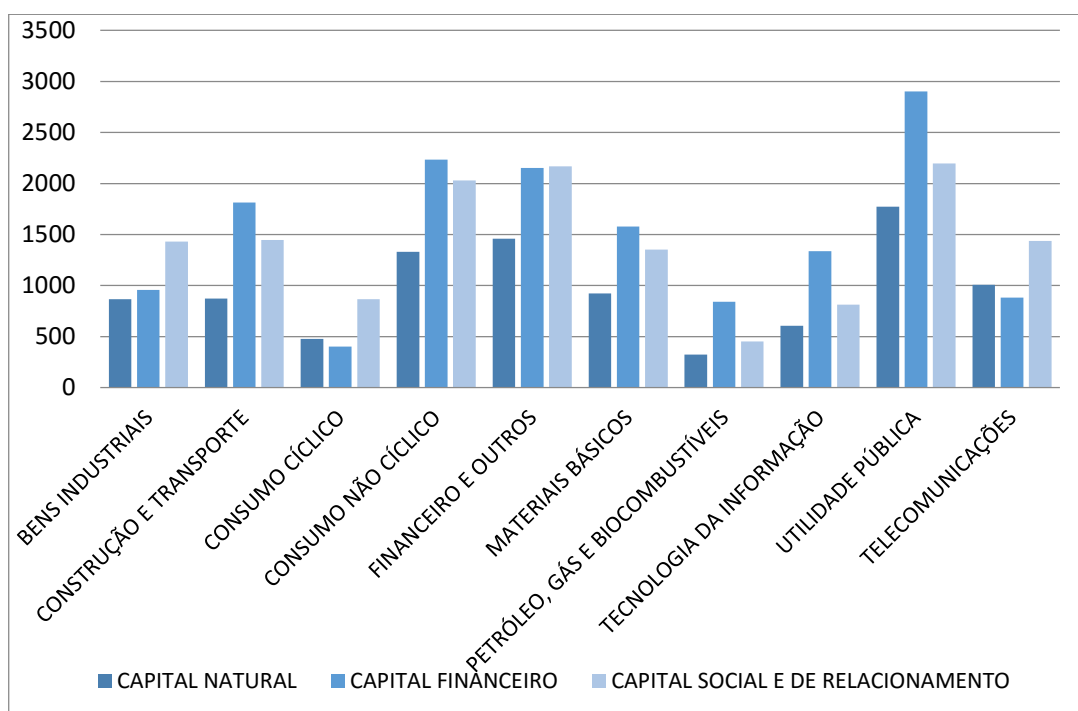
Neste estudo, percebeu-se a preocupação de boa parte das empresas em tratar de assuntos que remetem a preocupações com fatores sociais, tanto no que se refere à qualidade de vida dos seus funcionários e satisfação dos seus clientes, como em seu papel proativo quanto à exequibilidade de projetos sociais, culturais e programas voluntários. Os setores que mais se destacaram, neste aspecto, foram: utilidade pública; financeiro e outros, com destaque para o Banco do Brasil; consumo não cíclico, enfatizando as ações das empresas Natura e Brasil Foodse; telecomunicações, com destaque para todas as empresas selecionadas neste estudo.

4.4 Evidência conjunta de divulgação dos capitais natural, financeiro e social e de relacionamento.

Neste ponto do trabalho apresenta-se uma evidência dos capitais natural, financeiro e social e de relacionamento de todos os setores abordados neste estudo, apresentando-se os resultados encontrados em cada ano avaliado, ou seja, o período compreendido entre 2012-2014.

Assim, pode-se constatar que, em 2012, houve uma tendência maior de divulgação do capital financeiro em 60% dos setores, seguido pelo capital social e de relacionamento que em 60% dos setores ficou em segundo lugar. O capital natural foi o com menor tendência de divulgação em 90% dos setores, o único setor que se comportou de forma diferente em relação ao capital natural foi o de telecomunicações, onde o capital natural foi mais divulgado que o capital financeiro. O gráfico 1 expõe esses resultados.

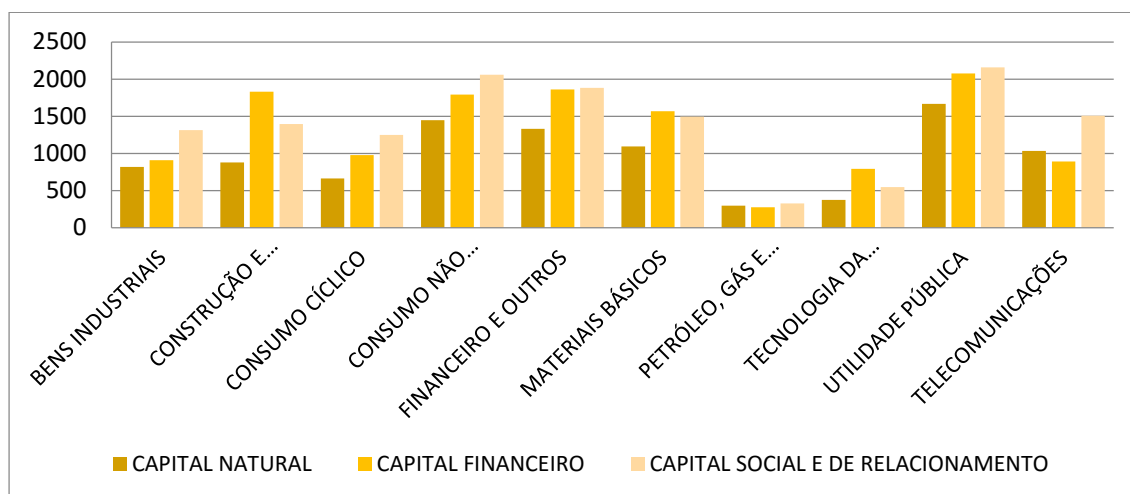
Gráfico 1 Divulgação dos capitais natural, financeiro e social e de relacionamento por setores em 2012



Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Em 2013, houve uma tendência de mudança em relação a 2012, uma vez que o capital social e de relacionamento foi mais divulgado pela maioria (70%) dos setores e, o capital financeiro, antes primeiro lugar, passou a ser o segundo mais divulgado por 50% dos setores. Novamente, o capital natural ocupando o terceiro lugar, sendo o menos divulgado por 80% dos setores, com exceção dos setores de telecomunicações e petróleo, gás e biocombustíveis (gráfico 2)

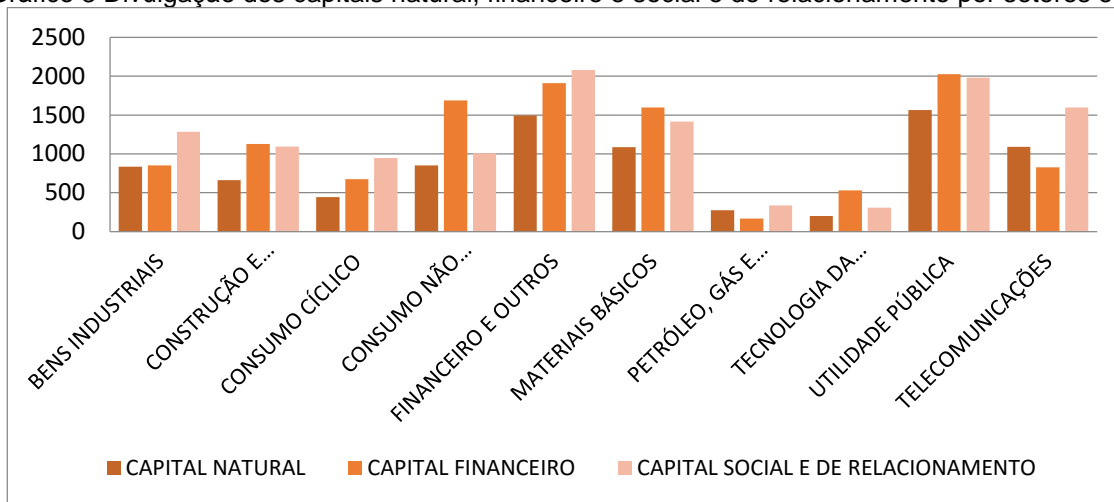
Gráfico 2 Divulgação dos capitais natural, financeiro e social e de relacionamento por setores em 2013



Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Houve uma tendência de mudança em 2014, onde metade dos setores divulgou mais o capital financeiro e a outra metade divulgou mais o capital social e de relacionamento. O capital social e de relacionamento ficou em segundo lugar em também 50% dos setores, não aparecendo em último lugar. Ao passo que o capital financeiro ficou em segundo lugar em 30% dos setores e em último em 20% dos setores. Em terceiro lugar, não significando que foi pouco abordado, o capital natural ficou em 80% dos setores como o menos divulgado e em 20% como o segundo mais divulgado.

Gráfico 3 Divulgação dos capitais natural, financeiro e social e de relacionamento por setores em 2013



Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

O recorte temporal estabelecido entre os anos 2012-2014 para identificação das tipologias de capitais investigadas, aponta para uma maior tendência de divulgação do capital financeiro (CF) e do capital social e de relacionamento (CSR), sobressaindo o CSR por não ter sido o menos divulgado por nenhum dos setores. O capital natural (CN) foi o menos divulgado, mas observa-se uma tendência de aumento na sua divulgação ao longo dos anos. O quadro 7 traz essas evidências.

Quadro 2 Capital mais divulgado x menos divulgado nos setores por período.

SETORES	2012			2013			2014		
	1º	2º	3º	1º	2º	3º	1º	2º	3º
BENS INDUSTRIAIS	CSR	CF	CN	CSR	CF	CN	CSR	CF	CN
CONSTRUÇÃO E TRANSPORTE	CF	CSR	CN	CF	CSR	CN	CF	CSR	CN
CONSUMO CÍCLICO	CSR	CF	CN	CSR	CF	CN	CSR	CF	CN
CONSUMO NÃO CÍCLICO	CF	CSR	CN	CSR	CF	CN	CF	CSR	CN
FINANCEIRO E OUTROS	CSR	CF	CN	CSR	CF	CN	CSR	CF	CN
MATERIAIS BÁSICOS	CF	CSR	CN	CF	CSR	CN	CF	CSR	CN
PETRÓLEO, GÁS E BIOCMBUSTÍVEIS	CF	CSR	CN	CSR	CN	CF	CSR	CN	CF
TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	CF	CSR	CN	CF	CSR	CN	CF	CSR	CN
UTILIDADE PÚBLICA	CF	CSR	CN	CSR	CF	CN	CF	CSR	CN
TELECOMUNICAÇÕES	CSR	CN	CF	CSR	CN	CF	CSR	CN	CF

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Pode-se observar que, mesmo considerando a perspectiva utilitarista da divulgação de capital financeiro, os capitais natural e social e de relacionamento, apresentam sua relevância no processo de divulgação de informação das empresas analisadas, demonstrando preocupação que vão além da base racional e econômica nas decisões de fornecer informações.

5 Considerações finais

A preocupação com a divulgação de informações financeiras e não financeiras, objetivando a geração de valor agregado para as corporações, traz em sua essência a relevância atribuída ao *disclosure* de informações que atendam às necessidades de um diversificado leque de *stakeholders* que influenciam na continuidade das empresas. Neste contexto, o Relato Integrado surge como um instrumento que busca a convergência das informações financeiras e não financeiras publicadas pelas empresas, de forma a possibilitar decisões que contribuam para a valorização da empresa no seu processo de continuidade.

Neste contexto, esta pesquisa teve como principal objetivo identificar a incidência de divulgação dos capitais financeiro, natural e social e de relacionamento nas empresas listadas na BM&FBOVESPA entre os anos 2012-2014, utilizando um *checklist* de indicadores elaborado a partir das especificações do Relato Integrado - RI (IIRC,2013).

Os dados para esta pesquisa foram obtidos dos relatos integrados que possuíam informações dos capitais analisados. Verificou-se que há ainda uma forte tendência de divulgação do capital financeiro nos relatos integrados, mas o capital social de relacionamento, não fica atrás, sendo, no geral, o mais divulgado. Concentrando-se, no geral, com maior divulgação, o capital social e de relacionamento, seguido pelo capital financeiro e por último o capital natural. Os setores Financeiro e Utilidade Pública foram os que mais se destacaram na divulgação dos capitais, e o Petróleo Gás E Biocombustíveis foi o que menos divulgou, fato que fica bem explícito ao se observar que apenas uma empresa do setor, a Queiroz Galvão, possui a prática de produzir o relato integrado. Este trabalho teve como limitação, além das inerentes à consecução da amostra, a impossibilidade de abrangência de todas as palavras que se relacionam com os capitais natural, financeiro, social e de relacionamento. Como proposta para pesquisas futuras sugere-se ampliar o estudo para outros capitais aqui não contemplados e acompanhar a tendência de divulgação nos anos posteriores.

Referências

- BM&FBOVESPA. Bolsa de Valores, Mercadorias Futuros. Empresas listadas. Disponível em: <http://www.google.com.br/webhp?sourceid=chrome-instant&ion=1&ie=UTF-8&rlz=j#q=bm%26fbovespa+empresas+listadas>. Acesso em 15 jul. 2015.
- CHENG, M.; GREEN, W.; CONRADIE, P.; KONISHI, N.; ROMI, A. (2014): "The international integrated reporting framework: key issues and future research opportunities", *Journal of International Financial Management & Accounting*, v. 25, n.1. pp.90-119.
- FERNANDES, J. S. (2007): "Informação empresarial: do paradigma da utilidade ao paradigma da responsabilidade social. Uma análise das empresas portuguesas, *Encontros Científicos – Tourism & Management Studies*, n.3, pp. 53-64.
- IIRC (2013), *The International / IRS Framework*, International Integrated Reporting Council, disponível em: www.theiirc.org/wpcontent/uploads/2013/12/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IRFRAMEWORK-2-1.pdf, acesso em abril de 2015.
- NASCIMENTO, M. C.; RODRIGUES, R. N.; ARAÚJO, J. G.; PRAZERES, R. V. (2015). *Relato Integrado: Uma análise do nível de aderência das empresas do novo mercado aos indicadores-chave (KPIs) dos capitais não financeiros*. In: XV Congresso USP: Controladoria e Contabilidade. São Paulo-SP. Anais...
- SLEWINSKI, E.; GONÇALVES, M. N.; SANCHES, S. L. R. (2015). *Determinantes da divulgação do Relatório de Sustentabilidade ou Relato Integrado das empresas listadas na BM&FBOVESPA*. In: IX Congresso ANPCONT – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Contabilidade, Curitiba – PR. Anais...
- VELTE, P.; STAWINOVA, M. (2016): "Integrated Reporting: Current state of empirical research, limitations and future research implications", *Journal of Management Control*.
- VILLIERS, C.; RINALDI, L.; UNERMAN, J. (2014): "Integrated Reporting: Insights, gaps and an agenda for future research", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, v.27, n.7, pp. 1042-1067.

APÊNDICE

Apêndice 1 Setor Bens Industriais

SETOR BENS INDUSTRIAIS	2012		2013		2014	
	Palavras Total	%	Palavras Total	%	Palavras Total	%
CAPITAL NATURAL	866	27%	818	27%	835	28%
CAPITAL FINANCEIRO	956	29%	910	30%	851	29%
CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO	1431	44%	1314	43%	1285	43%

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Apêndice 2 Setor Construção e Transporte

SETOR CONSTRUÇÃO E TRANSPORTE	2012		2013		2014	
	Palavras Total	%	Palavras Total	%	Palavras Total	%
CAPITAL NATURAL	872	21%	878	21%	661	23%
CAPITAL FINANCEIRO	1813	44%	1830	45%	1128	39%
CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO	1445	35%	1395	34%	1094	38%

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Apêndice 3 Setor Consumo Cíclico

SETOR CONSUMO CÍCLICO	2012		2013		2014	
	Palavras Total	%	Palavras Total	%	Palavras Total	%
CAPITAL NATURAL	477	27%	661	23%	445	21%
CAPITAL FINANCEIRO	403	30%	978	34%	674	33%
CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO	867	46%	1250	43%	948	46%

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Apêndice 4 Setor Consumo Não Cíclico

SETOR CONSUMO NÃO CÍCLICO	2012		2013		2014	
	Palavras Total	%	Palavras Total	%	Palavras Total	%
CAPITAL NATURAL	1329	24%	1449	27%	850	24%
CAPITAL FINANCEIRO	2234	40%	1790	34%	1689	48%
CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO	2030	36%	2057	39%	1006	28%

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Apêndice 5 Setor Financeiro e Outros

SETOR FINANCEIRO E OUTROS	2012		2013		2014	
	Palavras Total	%	Palavras Total	%	Palavras Total	%
CAPITAL NATURAL	1460	25%	1330	26%	1495	27%
CAPITAL FINANCEIRO	2151	37%	1862	37%	1910	35%
CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO	2168	38%	1882	37%	2078	38%

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Apêndice 6 Setor Materiais Básicos

SETOR MATERIAIS BÁSICOS	2012		2013		2014	
	Palavras Total	%	Palavras Total	%	Palavras Total	%
CAPITAL NATURAL	921	24%	1093	26%	1087	26%
CAPITAL FINANCEIRO	1579	42%	1569	38%	1597	39%
CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO	1351	35%	1495	36%	1417	35%

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Apêndice 7 Setor Petróleo, Gás e Biocombustíveis

SETOR PETRÓLEO, GÁS E BIOCOMBUSTÍVEIS	2012		2013		2014	
	Palavras Total	%	Palavras Total	%	Palavras Total	%
CAPITAL NATURAL	324	20%	298	33%	275	35%
CAPITAL FINANCEIRO	841	52%	276	31%	169	22%
CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO	516	28%	385	36%	388	43%

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Apêndice 8 Setor Tecnologia da Informação

SETOR TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO	2012		2013		2014	
	Palavras Total	%	Palavras Total	%	Palavras Total	%
CAPITAL NATURAL	606	22%	372	22%	201	19%
CAPITAL FINANCEIRO	1338	49%	791	46%	531	51%
CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO	812	29%	544	32%	309	30%

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Apêndice 9 Setor Utilidade Pública

SETOR UTILIDADE PÚBLICA	2012		2013		2014	
	Palavras Total	%	Palavras Total	%	Palavras Total	%
CAPITAL NATURAL	1773	26%	1667	28%	1566	28%
CAPITAL FINANCEIRO	2903	42%	2074	35%	2026	36%
CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO	2196	32%	2157	37%	1979	36%

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.

Apêndice 10 Setor Telecomunicações

SETOR TELECOMUNICAÇÕES	2012		2013		2014	
	Palavras Total	%	Palavras Total	%	Palavras Total	%
CAPITAL NATURAL	1006	30%	1031	30%	1089	31%
CAPITAL FINANCEIRO	881	27%	891	26%	825	24%
CAPITAL SOCIAL E DE RELACIONAMENTO	1437	43%	1509	44%	1595	45%

Fonte : elaborado pelos autores a partir de dados da pesquisa.