

**UNIRV – UNIVERSIDADE DE RIO VERDE
CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

MARIA DE FÁTIMA SILVA SANTOS

DIVERSIDADE DE GÊNERO NO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

**RIO VERDE, GO
2020**

MARIA DE FÁTIMA SILVA SANTOS

DIVERSIDADE DE GÊNERO NO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a Banca Examinadora do Curso de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UniRV) como exigência parcial para obtenção do título de bacharela em ciências contábeis.

Orientador: Prof (a). Me. Eliene Aparecida de Moraes

**RIO VERDE, GO
2020**

RESUMO

A pesquisa teve como objetivo verificar se a presença e a quantidade de mulheres no conselho de administração influencia na extensão de divulgação de informações de caráter social. Através de uma pesquisa descritiva, quantitativa, bibliográfica, desenvolvida a partir de dados secundários, e considerando uma amostra de 51 empresas brasileiras listadas na [B]³ no período de 2016 a 2019, através de uma regressão linear com dados em painel, verificou-se que a presença de mulheres e a representatividade de mais de duas mulheres no conselho de administração influenciam de forma significativa o Índice de Divulgação de Informações de Caráter Social das empresas analisadas, sugerindo que quanto mais mulheres houver no conselho de administração, maior será a extensão desse tipo de informação divulgada.

Palavras-chave: Conselho de Administração, divulgações sociais, mulheres.

ABSTRACT

The research aimed to verify whether the presence and number of women on the board of directors influences the extent of disclosure of information of a social nature. Through a descriptive, quantitative, bibliographic research, developed from secondary data, and considering a sample of 51 Brazilian companies listed in [B] 3 in the period from 2016 to 2019, through a linear regression with panel data, it was verified the presence of women and the representation of more than two women on the board of directors significantly influence the Social Disclosure Information Index of the companies analyzed, suggesting that the more women there are on the board, the greater the extent of this type of information disclosed.

Keywords: Board of Directors, social disclosures, women.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Empresas que compõem a amostra	19
Tabela 2- Instrumento de coleta de dados das dimensões sociais do Instituto Ethos	20
Tabela 3 - Variáveis Dependente e Independentes	23
Tabela 4 - Variáveis de Controle	23
Tabela 5 - Análise descritiva das variáveis da pesquisa	25
Tabela 6 - Matriz de Correlação de Pearson	26
Tabela 7 – Resultado da Regressão com Dados em Painel	27

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	7
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	10
3.1 GOVERNANÇA CORPORATIVA E CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO.....	10
3.2 GÊNERO NO MERCADO DE TRABALHO.....	11
3.3 GÊNERO NO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO	13
3.4 DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES DE CARÁTER SOCIAL	15
3.5 HIPÓTESES DA PESQUISA	16
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	18
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA	18
3.2 POPULAÇÃO, AMOSTRA E PERÍODO DE ESTUDO	18
3.3 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS	20
3.4 VARIÁVEIS	22
3.5 MODELO EMPÍRICO	24
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	25
4.1 ANÁLISE DESCRITIVA DOS RESULTADOS	25
4.2 ANÁLISE DO MODELO EMPÍRICO	26
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	28
REFERÊNCIAS	30
APÊNDICE A – TABELAS E GRÁFICAS REFERENTES A REGRESSÃO COM DADOS EM PAINEL.....	35

1 INTRODUÇÃO

Esta seção apresenta a contextualização e o problema de pesquisa, expõe os objetivos gerais e específicos, aborda a justificativa da pesquisa, indicado a motivação para a realização do estudo, e por fim, demonstra a delimitação da pesquisa.

A luta pela igualdade de gênero começou em meados de 1960, quando ocorreram diversos movimentos sociais e direitos humanos. Esses movimentos levantaram bandeiras de igualdade de oportunidades que excluía as minorias. Já em 1990, a questão da diversidade de gênero começou a ser debatida, a fim de que os trabalhadores com comportamentos distintos pudessem começar a interagir. Questões de gênero e direitos humanos são abordados na contabilidade através da contabilidade ambiental, nesta pesquisa, especificamente sobre a divulgação de ações de responsabilidade social corporativa pelas empresas. A responsabilidade social corporativa é um tema multidisciplinar, pois, é estudo em inúmeras áreas do conhecimento, como administração, economia, psicologia comportamental, finanças, entre outras.

A responsabilidade social corporativa envolve questões ambientais, sociais e corporativas. As questões ambientais se voltam para a sustentabilidade do meio ambiente e emissão de gases carbonícos na atmosfera, enquanto as questões corporativas envolvem as melhores decisões sobre os melhores processos operacionais e estratégicos. Questões sociais envolvem o relacionamento da empresa com os empregados e com a sociedade. No caso do relacionamento com o empregados, engloba questões de inclusão de minorias e gêneros.

A importância das mulheres em cargos de liderança vem aumentando cada dia mais, empresas estão optando por uma porcentagem de mulheres para implementar o conselho de administração, pois estudos indicam que a presença de mulheres no conselho de administração pode melhorar a qualidade das decisões, influencia a melhora na qualidade dos lucros e a informatividade do preço das ações que refletem as expectativas do mercado em relação ao desempenho futuro da empresa, assim como, aumentar a extensão da divulgação de informações voluntárias pela empresa (DALCERO *et al.*, 2020; NEUMAN *et. al.*, 2020; SILVA, 2020).

Uma maior extensão de divulgação de informações voluntárias pela empresa está relacionada à criação de valor, uma melhor reputação e a imagem da empresa, maior preço

das ações, melhor relacionamento com o público de interesse (NEUMAN *et. al.*, 2020). Um melhor relacionamento com o público de interesse, tais como, sociedade, fornecedores, clientes, governo, sindicatos etc., retrata o respeito à diversidade e reduz os conflitos de interesse (NEUMAN *et. al.*, 2020; SILVA, 2020).

Tais melhorias fundamentam-se nas características femininas utilizadas no processo de tomada de decisão, como por exemplo, a aversão ao risco nos investimentos e a um bom relacionamento com os colegas de trabalho, e ainda, uma maior disposição para atender às regulamentações (DALCERO *et. al.*, 2020). Diante disso, propõe-se a seguinte questão de pesquisa: **a presença de mulheres no conselho de administração das empresas influencia o percentual de divulgação de informações de caráter social das empresas?**

Para responder o problema proposto, adotou-se como objetivo verificar se a presença de mulheres no conselho de administração das empresas influencia o percentual de divulgação de informações de caráter social das empresas, descrevendo a composição e função do conselho de administração, apresentando dados sobre a representatividade da mulher em cargos de liderança no mundo profissional e identificando uma escala de mensuração da divulgação social. A pesquisa delimita-se ao estudo dos conselhos de administração e divulgação de informações de caráter social de empresas brasileiras de capital aberto listadas na [B]³.

A presença de mulheres no conselho administrativo contribui para os valores que garantam o cuidado nas relações com os clientes, sendo mais atenciosa e cuidadosa para o relacionamento, e para a importância da qualidade dos serviços das empresas, com mais determinação e detalhamento (BARBOSA, TRIGO e SANTANA 2015).

Lazarreti *et. al.* (2013) analisaram a composição dos conselhos de administração, por gênero, das ações pertencentes às 99 empresas listadas na BM&FBovespa no ano de 2011. Seus resultados evidenciaram uma baixa participação feminina nos conselhos, apenas 5,4%. Adicionalmente, de 836 posições existentes nos conselhos, somente 45 delas foram ocupadas pelo gênero feminino. Tendo esses fatos, a participação feminina vem aumentando com os anos, mas ainda é inferior ao sexo oposto, tanto nos conselhos quanto nas empresas.

Dados do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBCG), de 2019, demonstra que em um total de 508 empresas listadas na [B]³, apenas 197 destas contam

com pelo menos uma mulher no conselho de administração, ou seja, 38,78%, porém, este número é reduzido para 32,48% quando considera apenas conselheiras efetivas. Segundo Dalcero *et. al.* (2020), citando Bartz e Creswell (2006), o *New York Times* em 2006 apresentou uma pesquisa demonstrando que das empresas da *Fortune 500* apenas nove mulheres eram Presidentes- Executivas ou Diretoras Gerais, ou CEOs, o que correspondia a menos de 2% do total de Presidentes-Executivos.

Neste sentido, levando em consideração que o CEO tem forte influência sobre a divulgação de informações pela empresa, e que as mulheres são mais avessas ao risco, são mais conservadoras no processo de tomada de decisão financeira e que um conselho de administração mais diverso melhora a qualidade das discussões de questões complexas, e que a presença de mulheres torna a comunicação mais eficaz entre os membros (DALCERO *et al.*, 2020; NEUMAN *et. al.*, 2020), então, acredita-se que a presença de mulheres no conselho de administração pode aumentar a extensão de divulgação de informações de caráter social.

O estudo, assim busca compreender a influência da mulher na extensão da divulgação de informações de caráter social pelas empresas, contribuindo para a literatura sobre diversidade de gênero nos conselhos de administração e sua relação com a divulgação de informações voluntárias.

Esta pesquisa está dividida em 5 seções, iniciando por esta introdução, que trouxe, o problema de pesquisa, os objetivos, a delimitação do tema e a justificativa; a seção 2, versa sobre o referencial teórico, abordando a governança corporativa e seu principal componente, o conselho de administração, em seguida, discorreu-se sobre gênero no mercado de trabalho e gênero no conselho de administração; a seção 3 traz os procedimentos metodológicos; a seção 4 apresenta os resultados; e por fim, a seção 5 traz as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Esta seção tem a finalidade de fornecer a sustentação teórica à pesquisa, dos conteúdos necessários para a compreensão do objetivo de pesquisa, apresentando acerca do parecer de diversos autores a respeito da diversidade de gênero no conselho de administração.

2.1 GOVERNANÇA CORPORATIVA E CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

A governança corporativa é o sistema pelo qual as organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre proprietários, conselho de administração, diretoria e órgãos de controle, pode ser entendida também como um conjunto de regras, regulamentos ou ainda, políticas adotadas por uma determinada sociedade (IBGC, 2018). A governança corporativa assegura que os interesses dos administradores estejam alinhados aos interesses dos donos do negócio. Ela garante que os processos e as estratégias estão sendo corretamente seguidos, além de promover uma cultura de prestação de contas na empresa (ALMEIDA, 2018).

O principal componente do sistema de governança corporativa é o conselho de administração, sendo por meio dele que são decididos os rumos dos negócios, visando o melhor interesse da organização (JUNIOR; MARTINS, 2015). A composição do conselho depende de uma variedade de fatores relacionados com a organização, como a visão estratégica da companhia e desafios particulares (TONELLO, 2010).

Os conselhos de administração são uma ligação entre os acionistas e os executivos. Os conselheiros são os representantes dos acionistas para supervisionar a administração, cuidando dos bens e direitos da empresa e ajudando o crescimento sustentável (NISUYAMA; NAKAMURA, 2018).

O conselho de administração supervisiona as atividades gerenciais da empresa, se responsabilizando pela estratégia da empresa. Todo o empreendimento que atua em conformidade com as melhores práticas de governança corporativa deve estar atento à implantação desse tipo de estrutura para fiscalizar os resultados financeiros. Assim, o conselho consegue assegurar a estabilidade e a sustentabilidade da empresa a longo prazo (MATIAS, 2019).

A composição do colegiado varia de organização para organização. Para pequenas

e médias empresas, a estrutura ideal é um mínimo de 3 e máximo de 5. E para grandes empresas é no máximo 11. Sempre número ímpar, para que nenhuma decisão acabe no empate (TREASY, 2016).

Por ser responsável pela estratégia de gestão, é recomendado que o quadro de conselheiros seja composto por profissionais de competências e experiências variadas, com qualificações comprovadas. Isso porque o Conselho de Administração precisa estar apto a identificar e corrigir desvios de gestão em diversos níveis, como jurídicos, financeiros e de planejamento, por exemplo (CAMARGO, 2016).

O dever do Conselho de Administração é perante à organização, sendo o órgão responsável pela promoção de uma cultura organizacional centrada nos valores e princípios da companhia. Ele é também o principal elo entre os sócios e a diretoria de uma empresa. Por ter interesse único e exclusivo na organização, os conselheiros devem prevenir e administrar situações de conflitos de interesses (CAMARGO, 2018).

2.2 GÊNERO NO MERCADO DE TRABALHO

A representatividade feminina é importante por reforçar pautas de interesses das mulheres em diferentes áreas, e contribuir para maior produtividade. Nos últimos anos mulheres de todo o mundo estão erguendo a bandeira da representatividade, o que antes não era discutido está tomando os debates do movimento feminista (ARAÚJO, 2005).

O gênero feminino é favorável para as empresas, pois verifica-se que características comportamentais femininas tendem a influenciar positivamente as dinâmicas dos conselhos administrativos, tais como: comunicação, empatia, busca pelo consenso, aspecto mais democrático (LAZZARETTI; GODOI, 2012; DEZSO; ROSS, 2012). As empresas que focam na diversidade buscam aumentar a sua participação nos mercados e desenvolvimento da criatividade, com isso, a participação feminina promove uma oportunidade para testar a diversidade de ideias e dar suporte na visão corporativa de políticas (ARFKEN; BELLAR, HELMS, 2004).

No entanto, no Brasil as mulheres ocupam somente 24% dos cargos de gerência, sendo 41% da força de trabalho, entretanto, elas recebem, em média, o correspondente a 71% dos salários dos homens em funções menos qualificadas. (VAZ; LAIMER, 2010). As estatísticas dizem que há mais mulheres do que homens no Brasil, segundo dados do IBGE, 51,8% da população brasileira são mulheres, e que vem conseguindo emprego de

cargos superiores com mais facilidade que seus concorrentes masculinos, mas com os salários inferiores. A diferença salarial entre gêneros chega a 22% segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) Contínua, do IBGE, incluindo trabalho formal e trabalho informal (IBGE, 2020). Ainda, segundo o IBGE, entre os trabalhadores com ensino superior, a diferença salarial aumenta substancialmente, chegando a 38%, e no segmento de diretores e gerentes de empresa, a diferença salarial chega a 29%. As mulheres ocupam 40% dos postos de diretoria e gerência, sendo que o IBGE não especifica a hierarquia destes cargos, e recebem R\$ 29,00 por hora trabalhada enquanto, os homens recebem R\$ 40,00 em média por hora trabalhada, mesmo em situações equivalentes.

Outro fator interessante de análise sobre gênero no mercado de trabalho, diz respeito, ao trabalho não remunerado, que inclui as atividades domésticas e cuidados com crianças e idosos, dados do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese) apontam que as mulheres gastam em média 95% a mais de tempo do que os homens nos afazeres domésticos e que enquanto eles dedicam apenas 10 horas e 54 minutos por semana a essas atividades, as mulheres abdicam de 21 horas e 18 minutos de seu tempo para as mesmas atividades (DIEESE, 2020).

Outros fatores a serem considerados com relação às mulheres no mercado de trabalho, é a falta de creches para deixarem seus filhos, o que prejudica sua relação profissional, segundo o Dieese, em sua pesquisa, das mulheres que tinham filhos até 3 anos e que estavam frequentando a creche, 67% estavam no mercado de trabalho, no entanto, as mulheres que tinham filhos até 3 anos e que não estavam frequentando a creche, somente 41% estavam empregadas (DIEESE, 2020).

As mulheres também sofrem mais com o desemprego, dados do IBGE demonstram que a taxa de desocupação no último trimestre de 2019, entre os homens era de 9,2% e entre as mulheres era de 13,1%, o desemprego afetava apenas 5,1% dos “pais de família” enquanto afetava 10,2% das “mães de família” (IBGE, 2020).

Nota-se que são vários fatores que afetam a entrada e a permanência das mulheres no mercado de trabalho, pois, se essas mulheres gastam o dobro de tempo nas atividades domésticas e cuidados e educação das crianças, cuidados com os idosos e doentes, não há creches suficientes para atender a demanda, essas mulheres são obrigadas a se ausentarem do mercado de trabalho, e até mesmo os empregadores irão dar preferência para os homens que não serão afetados por estes “problemas”.

Apesar das dificuldades, as mulheres têm se voltado cada vez mais para o trabalho remunerado contribuindo de forma permanente para o sustento da família, além de assegurar sua independência financeira e aumentar sua realização pessoal (ELEONE, 2018). E muitas famílias brasileiras, são sustentadas por “mães de família”, segundo dados do IBGE, no ano de 2018, 45% dos domicílios brasileiros são comandados por mulheres, e isto devido ao aumento da participação feminina no mercado de trabalho (IBGE).

2.3 GÊNERO NO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO

A defesa da diversidade de gênero nos conselhos, deu-se a partir da lei aprovada em 2003 na Noruega, onde a obrigação da participação feminina nos conselhos ocasionou bons resultados para as empresas (JUNIOR; MARTINS, 2015). Assim, países como a Bélgica, Espanha, Holanda, Itália e Malásia, também implementaram leis em seus países estabelecendo cotas reservadas para mulheres em empresas com ações negociadas em bolsa (IBGC, 2013).

No Brasil ainda não há nenhuma regulamentação sobre cotas para o gênero feminino no conselho de administração. Entretanto, com o projeto de lei 112/2010, ainda em análise, tem por objetivo impor aos conselhos das empresas públicas, sociedades de economia mista e demais empresas controladas pela União um percentual de 40% (mínimo) de mulheres em sua composição até no ano de 2022. O objetivo do projeto de lei é efetivar a presença feminina na composição dos conselhos administrativos, para promover a ascensão feminina aos cargos executivos (PILAR; SILVA, 2017).

Segundo Dalcero *et. al.* (2020) citando Ray (2005) a diversidade no conselho de administração permite perspectivas diversas com menos propensão a posições extremas contribuindo para a conscientização da empresa para questões éticas de responsabilidade social. E ainda, o autor ressalta que mulheres e homens possuem estilos de liderança diferentes, citando Gul *et. al.* (2011), discorre que homens são mais agressivos, baseiam-se no comando e na conformidade, enquanto as mulheres são mais cooperativas e possuem um estilo baseado em confiança. Conselhos com indivíduos mais cooperativos incentivam a troca de informações criando um ambiente mais rico para as discussões.

Silva (2020) citando Celis *et. al.* (2015) argumenta que existem vários motivos que abarcam a relação da presença mais recorrente em conselho de administração ou em cargos de direção ou gerência, e que é possível agrupá-los em três categorias: (1) o aspecto da

justiça; (2) o aspecto comercial; e (3) o aspecto moral. De acordo com os autores, o aspecto de justiça (1) procura promover os valores justiça e de igualdade nas organizações; o aspecto comercial ou organizacional (2) trabalhar a melhoria da imagem e reputação das empresas; e o aspecto moral (3) envolve a integração da diversidade, ou seja, no caso desta pesquisa, o gênero.

Silva (2020) citando Velasco *et. al.* (2010) argumenta que gênero um aspecto intrínseco à responsabilidade social corporativa das empresas, e mesmo que a responsabilidade social corporativa possa ter várias dimensões, o que contribui para a igualdade de gênero são as ações dentro das empresas que são voltadas para a diversidade, e essas ações são totalmente voluntárias, mas isso não quer dizer que não possam ser implementadas. Miranda *et. al.* (2013) relatou que mulheres a frente de funções executivas ou de liderança, muitas vezes, se deparam com assimetrias de poder devido a sua condição de mulher e do preconceito de ser gestora de uma empresa. Assim, as mulheres se deparam com o clássico efeito teto de vidro nas organizações.

O clássico efeito teto de vidro é bastante conhecido nos meios feministas e mostra a dificuldade das mulheres em trabalhar em áreas consideradas de maior valor em campos profissionais. (MIZAEL, 2018). As mulheres são subestimadas no cenário organizacional e passam a travar uma batalha para a inclusão e permanência no mercado de trabalho (TEIXEIRA, 2012).

Madalozzo (2011) argumenta que as mulheres têm ascensão mais restrita ao cargo de diretoria executiva nas empresas brasileiras cujos conselhos de administração são constituídos em sua maioria por homens. Bruschini (2003), encontrou em sua pesquisa resultado destacando que as empresas com maior presença masculina são mais resistentes em dar oportunidades às mulheres a atingir cargos superiores.

Várias pesquisas no âmbito nacional foram direcionadas para o estudo de gênero no conselho de administração, com focos variados, como por exemplo, Dal Magro *et. al.* (2018) promoveu um estudo com o objetivo de verificar a incidência de *glass ceiling* (efeito teto de vidro) nos cargos de conselheiros e seu impacto no desempenho organizacional das companhias de capital aberto no Brasil, concluindo que os investidores criam barreiras à valorização das empresas que provem igualdade de gênero nos cargos de conselheiros, e quando o *glass ceiling* não incide nos cargos de diretoria e no conselho de administração, as empresas apresentam um melhor desempenho financeiro-econômico, se as empresas que têm mulheres em tais cargos forem comparadas as que não têm.

Silva e Margem (2015) verificaram se a presença de mulheres no conselho de administração e diretoria gera impacto no valor/desempenho das empresas brasileiras de capital aberto, concluindo que não existe relação significativa estatisticamente entre a presença de mulheres em cargos de alta administração e o valor e desempenho das empresas brasileiras, porém, empresas que possuem pelos menos duas mulheres no conselho de administração tendem a apresentar melhor desempenho e maior valor.

Silva Júnior e Martins (2017) investigaram se a influência da participação feminina nos conselhos de administração sobre o desempenho das organizações, e verificaram que 63% das empresas analisadas não apresentam mulheres em seu conselho de administração, e quando compararam os conselhos de administração com e sem a presença de mulheres, as empresas com a presença de mulheres no conselho de administração apresentaram um melhor desempenho.

Das várias pesquisas lidas para a realização deste estudo, nenhuma abordou a relação entre a presença de mulheres no conselho de administração e a divulgação de informações de caráter social pelas empresas, o que contribui para a justificativa da realização deste estudo.

2.4 DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES DE CARÁTER SOCIAL

A divulgação pode estar associada a atividade da empresa e da comunicação social. É usado para descrever o processo de fornecimento do acesso público a informações de uma empresa com objetivo de dar transparência a esses dados (IGARASHI, 2016). A divulgação é uma das formas que as empresas possuem de apresentar para os seus investidores, seu desempenho, suas estratégias, seus diferenciais competitivos, se tornando uma importante ferramenta para alcance de sua vantagem competitiva (FARIAS, 2008).

A divulgação pode apresentar-se de forma voluntária que compreende as informações que não são obrigatórias por lei, porém, fornecem uma maior transparência para a empresa no âmbito corporativo (LIMA, 2007). Ou deve apresentar de forma obrigatória, quando é requerida por normativo ou lei (GONÇALVES, 2011; MORAES *et al.*, 2015).

A divulgação voluntária é importante para reduzir a informação assimétrica entre o agente principal e o investidor, impulsionado pela dinâmica entre empresas e investidores (DANTAS *et al.*, 2005). A divulgação de informações pressupõe a existência de assimetria

informacional que é a existência de informação ou mais informações em poder de uma das partes na relação contratual, no caso de uma empresa, os diretores ou gerentes, sempre terão mais informações que as outras partes na relação contratual, porque estes estão dentro da empresa e estarem no controle podem obter qualquer informação que quiserem a qualquer tempo, enquanto os demais não (GONÇALVES, 2011; FERNANDES, 2020).

A divulgação de informações voluntárias reduz a assimetria informacional, seja, entre a empresa e seus investidores ou potenciais investidores, seja entre a empresa e qualquer outro público de interesse (sociedade, fornecedores, clientes, consumidores, governo etc.) (GONÇALVES, 2011; MORAES *et. al.*, 2015; FERNANDES, 2020). Fernandes (2020) citando Eccles e Krzus (2010) destaca que um dos fatores que influencia a divulgação de informações é a demanda por informações de caráter social, ambiental e de governança. As atitudes voluntárias de divulgação das empresas têm como propósito procurar diferenciação das demais na busca pelos recursos dos investidores, como forma de serem avaliadas de modo mais adequado e também com a pretensão de manterem um bom relacionamento com o mercado, a fim de garantir futuras emissões de títulos (AVELINO, 2013).

A divulgação de informações voluntárias inclui informações de caráter ambiental, social e de governança. Entende-se como informações sociais aquelas relacionadas a ações sociais desenvolvidas pelas organizações, podendo ser fruto de projetos sociais realizados em prol da comunidade em geral, informações relacionadas a diversidade (gênero, raça/etnia, nacionalidade, idade, migração etc.), aos serviços voluntários prestados pelos funcionários, formação religiosa, formação ocupacional e funcional qualificação educacional, habilidades de tarefas, habilidades relacionais, preferências políticas, preferências sexuais experiências no cargo e setor, perfil dos funcionários, saúde e higiene, igualdade no local de trabalho, inclusão, combate a corrupção, direitos humanos, direito do consumidor, ações afirmativas, segurança no trabalho, relações com sindicatos, desenvolvimento humano, dentro outros (MORAES, 2014; GONÇALVES, 2011).

2.5 HIPÓTESES DA PESQUISA

Nesta seção foram desenvolvidas as hipóteses da pesquisa, considerando a literatura abordada nas seções anteriores, gênero no conselho de administração e divulgação de informações de caráter social.

Inúmeros estudos afirmam que a presença da mulher no conselho de administração influencia a divulgação de informações voluntárias, incluindo, informações de caráter social (FERNANDES, 2020; SILVA, 2020). Diante deste contexto, propõe-se testar a primeira hipótese:

H1: A presença de mulheres no conselho de administração tem associação positiva com a divulgação de informações de caráter social.

Estudos demonstram que a presença de mulheres no conselho de administração não é suficiente para influenciar a divulgação de informações voluntárias, mas que deve existir uma massa crítica de mulheres para que consigam afetar as decisões em um conselho (SILVA, 2020), é necessário ter representatividade. Portanto, diante destas evidências, propõe-se testar a segunda hipótese:

H2: A quantidade de mulheres no conselho de administração tem associação positiva com a divulgação de informações de caráter social.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta seção descreve os procedimentos metodológicos, evidenciando a classificação da pesquisa, a população e a amostra, o método de coleta de dados e os procedimentos utilizados para o tratamento e análise dos dados.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

A metodologia da pesquisa é do tipo aplicada, pois, tem por objetivo gerar conhecimentos para uma melhoria de aplicação prática, tendo uma abordagem quantitativa. A abordagem quantitativa considera que tudo pode ser quantificável podendo traduzir opiniões e informações em números (PRODANOV, 2013).

A pesquisa é descritiva, tendo como finalidade observar, registrar e analisar as informações, para que, depois da coleta de dados realize uma análise para comparação entre as empresas (TUMELERO, 2018). O estudo apresenta uma pesquisa bibliográfica a partir de materiais já publicado em livros, artigos e publicações em internet (PRODANOV, 2013).

A pesquisa foi desenvolvida a partir de dados secundários obtidos a partir dos relatórios anuais das empresas componentes da amostra e de dados publicados nos *sites* das empresas e [B]³.

3.2 POPULAÇÃO, AMOSTRA E PERÍODO DE ESTUDO

A pesquisa foi calculada a partir das empresas brasileiras de capital aberto listadas na [B]³. Foram levantadas 420 empresas listadas na [B]³ no dia 22/05/2020, das quais foram excluídas 202 por não serem empresas brasileiras, restando assim, uma população de 200 empresas.

A amostra é probabilista, pois, todas as empresas componentes da população terão uma chance igual de participar da amostra da pesquisa. Aplicando o cálculo amostral, resultou-se em 51 empresas para composição da amostra, utilizando um grau de confiança de 90% e uma margem de erro de 10%. A fórmula para o cálculo amostral é composta por n (número de empresas), e (margem de erro), z (nível de confiança), conforme demonstrado abaixo.

$$Tamanho\ da\ Amostra = \frac{\frac{z^2 \times p \times (1 - p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p \times (1 - p)}{e^2 N}\right)} \quad (1)$$

O sorteio para escolha das empresas foi feito por uma seleção que na contagem de cada 4 empresas, 1 é selecionada, sendo assim foram escolhidas aleatoriamente as 51 empresas para composição da amostra sistemática. Além disso, foi excluída uma empresa porque não divulgou todos os dados referentes as variáveis necessárias para a operacionalização da pesquisa, totalizando assim, a amostra final do estudo, em 50 empresas com 200 observações em todo o período de análise. Todas as empresas sendo brasileiras e de capital aberto listadas na [B]³ conforme apresentadas na Tabela 1.

Tabela 1 – Empresas que compõem a amostra

Ordem	Em presas		Ordem	Empresas	
1	Eletropaulo	ELPL3	26	Bradesco	BBDC4F
2	Ambev	(ABEV3)	27	Banco do Brasil	BBAS3F
3	Bardella	BDLL4F	28	Klabin S/A	KLBN4F
4	Inepar	INEP4F	29	Bradespar	BRAP4F
5	Tecnisa	TCSA3F	30	OSX Brasil	OSXB3F
6	Eternit	ETER3F	31	Petrobras	PETR4F
7	Cosan Log	RLOG3F	32	Baumer	BALM3F
8	Weg	WEGE3F	33	RD	RADL3F
9	Usiminas	USIM6	34	Fleury	FLRY3
10	Azul	AZUL4	35	Positivo	POSI3F
11	Rossi Resid	RSID3F	36	Telebras	TELB4F
12	Le Lis Blanc	LLIS3F	37	Casan	CASN4F
13	Coteminas	CTNM3F	38	Coelce	COCE6F
14	Movida	MOVI3F	39	CPFL Renova	CPRE3F
15	Arezzo	ARZZ3F	40	AES Tietê	TIET11F
16	Smiles	SMLS3F	41	Taesa	TAEE4
17	Lojas Renner	LREN3F	42	Engie	EGIE3F
18	Ser Educacional	SEER3	43	GOL	GOLL11
19	Cyrela Realty	CYRE3	44	ENEVA	ENEV3F
20	CAMIL	CAML3F	45	Suzano Holding	NEMO5F
21	Marfrig	MRFG3F	46	ViaVarejo	VVAR3F
22	São Carlos	SCAR3F	47	MMX Mineração	MMXM11F
23	Porto Seguro	PSSA3F	48	Unipar	UNIP3F
24	Banrisul	BRSR6F	49	Ourofino S/A	OFSA3F
25	Itaú Unibanco	ITUB3F	50	Banco Pan	BPAN4F

Fonte: Elaborado pela autora, 2020

Para o período analisado, os dados são anuais e compreendem o período de 2016 a 2019. As empresas utilizadas na amostras tinham observações para todos os anos analisados.

3.3 INSTRUMENTOS DE COLETA DE DADOS

Os itens utilizados para realização da coleta de dados foram os indicadores sociais divulgados pelo Instituto Ethos. O Instituto Ethos é uma Oscip (Organização da sociedade civil de interesse público) cuja missão é mobilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável, constituído por indicadores (ETHOS, 2020).

Os indicadores Ethos são uma ferramenta de gestão que visa apoiar as empresas na incorporação da sustentabilidade e da responsabilidade social empresarial (RSE) em suas estratégias de negócio, de modo que esse venha a ser sustentável e responsável (ETHOS, 2020). Os indicadores são separados por 4 dimensões (Visão e Estratégia; Governança e Gestão; Social e Ambiental), de diferentes assuntos, a fim de, avaliar o quanto a sustentabilidade e a responsabilidade social têm sido incorporadas nos negócios, auxiliando a definição de estratégias, políticas e processos.

O estudo tratar-se-á da dimensão social, que acolhe os direitos fundamentais sociais e consiste no aspecto social relacionado as qualidades dos seres humanos. A dimensão social está baseada num processo de melhoria na qualidade de vida da sociedade através da redução das divergências entre a opulência e a miséria, o acesso à educação, a moradia e alimentação (ETHOS, 2020).

Os indicadores usados na pesquisa foram: a) dimensão social 3 – indicadores da promoção da diversidade e equidade; e b) dimensão social 4 – indicadores relação com trabalhadores. Os indicadores da dimensão social 3 e 4 são detalhados na Tabela 2, e utilizados como um *checklist* na coleta de dados.

Tabela 2- Instrumento de coleta de dados das dimensões sociais do Instituto Ethos

Dimensão 3	Indicadores da Promoção da Diversidade e da Equidade	
	1	A empresa cumpre a legislação brasileira anti-discriminação?
	2	A empresa cumpre as cotas determinadas por lei para contratação de pessoas com deficiência?
	3	A empresa tem ações, mesmo que pontuais, de comunicação anti-discriminação com os empregados?

	4	A empresa repudia em seus valores ou no seu código de conduta qualquer forma de discriminação motivada por etnia, gênero, orientação sexual, identidade de gênero, aparência, religião ou opinião?	
	5	A empresa respeita costumes religiosos, tradicionais e nacionais dos empregados?	
	6	A empresa promove campanhas de conscientização interna sobre diversidade no local de trabalho?	
	7	A empresa mapeou os procedimentos de recrutamento e seleção e eliminou quaisquer ações contrárias à promoção da diversidade?	
	8	A empresa mapeou os procedimentos de promoção e mobilidade interna e eliminou quaisquer ações contrárias à promoção da diversidade?	
	9	A empresa promoveu ou está promovendo as adaptações necessárias para favorecer a acessibilidade?	
	10	A empresa possui canais de denúncia anônima?	
	11	A empresa tem uma política de não discriminação nos processos de recrutamento e seleção, promoção e participação em treinamentos?	
	12	A empresa tem procedimentos formais para lidar com situações em que ocorram casos de discriminação?	
	13	A empresa tem metas para reduzir a diferença na proporção entre cargos ocupados por homens e mulheres em seus quadros de gerência e de executivos?	
	14	Por meio dos dados de seus canais de denúncia, a empresa promove uma avaliação interna sobre situações que ponham em risco a promoção da diversidade?	
	15	A empresa utiliza os resultados das avaliações internas sobre a promoção da diversidade para ações de melhoria estruturais e de gestão?	
	16	A empresa garante oportunidades iguais para todos os seus empregados?	
	17	A empresa oferece oportunidades de desenvolvimento de liderança para mulheres, negros, pessoas com deficiência e outros grupos historicamente discriminados?	
	18	A empresa tem uma política de equidade salarial para mulheres, negros, pessoas com deficiência e outros?	
	19	A empresa apresenta categorização que evidencia as questões de diversidade em seus canais de denúncia anônima?	
	Dimensão 4	Indicadores da Relação com Trabalhadores	
		21	A empresa possui comissões internas com participação de empregados, de acordo com a legislação vigente para o tamanho da empresa e ramo de atividade?
		22	Caso a empresa tenha conhecimento de alguma pendência em relação a legislação trabalhista em sua operação, toma medidas necessárias para saná-los?
23		A empresa oferece um canal de fácil acesso, com mecanismos para receber e encaminhar sugestões, opiniões e reclamações a condições de trabalho?	
24		A empresa exige dos seus terceiros a comprovação da manutenção de contratos de trabalho e condições de trabalho condizentes com a legislação em vigor?	
25		A empresa solicita evidência de que as empresas contratantes de seus terceiros estão em dia com suas obrigações trabalhistas e previdenciárias?	
26		A empresa ressalta em seus valores o compromisso com relações de trabalho decentes e justas?	

27	E empresa tem políticas e procedimentos formalizados que regem seu sistema de gestão das relações de trabalho?
28	A empresa realiza auditorias internas do sistema de gestão e realiza uma análise crítica para melhorar eventuais falhas?
29	A empresa solicita evidências de que seus fornecedores estão em dia com suas obrigações trabalhistas e previdenciárias?
30	A empresa desenvolve programas que visam melhorias das condições de trabalho de seus empregados?
31	A empresa tem um sistema de gestão das relações de trabalho certificado por terceira parte?
32	A empresa possui um número de empregados terceirizados inferior a 20% do total de empregados?
33	A empresa participa de programas de avaliação ou premiação de suas práticas de relações de trabalho, com intuito de realizar um <i>benchmarking</i> e adaptar-se às melhores práticas de mercado?
34	A empresa é reconhecida no mercado por sua prática de gestão de empregados, recebendo prêmios ou selos que atestam ser um dos melhores lugares para trabalhar?
35	A empresa desenvolve iniciativas e possui programa que permite o repasse das suas práticas para sua cadeia de valor?

Fonte: Elaborado pela autora com base nos indicadores da dimensão social do Instituto Ethos, 2020

Os dados a serem coletados são dados secundários provenientes dos relatórios anuais das empresas e de informações dispostas em seus sites.

3.4 VARIÁVEIS

Os dados que compuseram as variáveis do estudo referem-se as informações contidas nas demonstrações anuais e no formulário de referência, coletados nos sites das empresas e da [B]3. A Tabela 3 apresenta as variáveis dependente e independentes, suas respectivas descrições, suas operacionalizações e o sinal esperado na relação com a variável dependente.

Além das variáveis dependente e independentes, foram incluídas no modelo quatro variáveis de controle conforme apresentado na Tabela 4.

Tabela 3 - Variáveis Dependente e Independentes

Variável Dependente			
Variável	Descrição	Operacionalização	Sinal Esperado
IDS	Índice de Divulgação Social	Índice obtido pelos indicadores que compõem a divulgação social.	-
Variáveis Independentes			
Variável	Descrição	Operacionalização	Sinal Esperado
PM_Conselho	Presença de mulheres no conselho de administração	Variável <i>dummy</i> : 1 para observações com a presença de mulheres no conselho de administração; e 0, caso contrário.	(+)
QtM_Conselho	Quantidade de mulheres no conselho de administração	Variável <i>dummy</i> : 1 para observações com a presença de 2 ou mais mulheres no conselho de administração; e 0, para observações com a presença de 1 ou nenhuma mulher no conselho de administração.	(+)

Fonte: Elaborado pela autora, 2020

Além das variáveis dependente e independentes, foram incluídas no modelo quatro variáveis de controle conforme apresentado na Tabela 4. As variáveis de controle, tamanho, rentabilidade e endividamento, são variáveis que caracterizam a empresa e também podem influenciar a extensão da divulgação de informações de caráter social e já foram testadas em estudos anteriores.

Tabela 4 - Variáveis de Controle

Variáveis de Controle			
Variável	Descrição	Operacionalização	Sinal Esperado
Tamanho	Tamanho da empresa	Ln do Ativo Total	(+)
ROA	Rentabilidade	Lucro Líquido/ Ativo Total (Variável <i>dummy</i> : 1 para empresas com rentabilidade superior a mediana; e 0, para empresas com rentabilidade inferior a mediana)	(+)
ROE	Rentabilidade	Lucro Líquido/Patrimônio Líquido ((Variável <i>dummy</i> : 1 para empresas com rentabilidade superior a mediana; e 0, para empresas com rentabilidade inferior a mediana)	(+)
Endividamento	Endividamento	(Passivo Circulante + Passivo Não Circulante) / Ativo Total (Variável <i>dummy</i> : 1 para empresas com endividamento superior a mediana; e 0, para empresas com rentabilidade inferior a mediana)	(+)

Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

3.5 MODELO EMPÍRICO

Foi utilizado um modelo de regressão para dados em painel com o objetivo de analisar o comportamento do fenômeno, representado pela variável dependente, na presença de estruturas de dados organizados em grupos, apresentando medidas longitudinais (FÁVERO; BELFIORE, 2017). Assim, para responder as hipóteses da pesquisa (H1 e H2) foi estimado o modelo empírico 1:

$$IDS_{it} = \alpha_i + \beta_1 PM_Conselho_{1it} + \beta_2 QtM_Conselho_{2it} + \beta_3 Tamanho_{3it} + \beta_4 ROA_{4it} + \beta_5 ROE_{5it} + \beta_6 Endividamento_{6it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

Foi utilizado o software Gretl para os cálculos estatísticos. Foram efetuados testes para verificação da existência de multicolinearidade, verificação a normalidades dos resíduos, verificação da existência de heterocedasticidade e verificação da existência de autocorrelação nos dados.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Esta seção apresenta os resultados e as análises dos dados.

4.1 ANÁLISE DESCRITIVA DOS RESULTADOS

Primeiramente foi realizada uma análise das variáveis da pesquisa através de estatística descritiva das variáveis dependente, independentes e de controle, conforme Tabela 5.

Tabela 5 - Análise descritiva das variáveis da pesquisa

Variáveis	Média	DP	CV	Mínimo	Máximo
IDS	0,857	0,198	0,251	0,324	1,00
PM_Conselho	0,60	0,491	0,241	0	1
QtM-Conselho	0,20	0,401	0,161	0	1
Tamanho	7,08	0,890	0,793	5,19	9,19
ROA	0,50	0,501	0,251	0	1
ROE	0,50	0,501	0,251	0	1
Endividamento	0,53	0,501	0,251	0	1

Nota: Desvio Padrão (DP); Coeficiente de Variação (CV)

Fonte: Dados da pesquisa, 2020.

Verifica-se que o índice de divulgação de informações de caráter social (IDS) apurou uma média de 0,857, o que ultrapassa metade do valor que índice pode alcançar que é 0,5 (1/2), relativo à totalidade de indicadores divulgados. E ainda, pode-se verificar que há homogeneidade entre os dados devido ao baixo valor do coeficiente de variação (CV), de 0,251. As variáveis dummy presença de mulheres no conselho (PM_Conselho) e quantidade de mulheres no conselho (QtM-Conselho), apuraram médias de 0,60 e 0,20, respectivamente. Cerca de 60% das observações possuem mulheres no conselho de administração, mas, no entanto, somente cerca de 20% possuem 2 ou mais mulheres.

Quanto à variável tamanho, pode-se observar que a média foi de 7,08, e que nenhuma empresa analisada teve um valor de ativo total inferior a 5,19. As variáveis ROA e ROE, por serem representadas por dummies demonstra através de suas médias que estão equilibradas em termos de rentabilidade, pois cerca de 50% estão com a rentabilidade acima da mediana e 50% estão com a rentabilidade abaixo da mediana.

E por fim, a variável dummy endividamento apresentou uma média de 0,53, o que representa que cerca de 53% as empresas estão com seus índices de endividamentos

superiores ao valor da mediana. Em seguida, verificados a existência de correlação entre as variáveis através da Correlação de Pearson, e as variáveis não apresentaram forte correlação entre si, como pode ser verificado na Tabela 6.

Tabela 6 - Matriz de Correlação de Pearson

	IDS	PM_Conselho	QtM_Conselho	Tamanho	ROA	ROE	Endivid
IDS	1,000						
PM_Conselho	0,211	1,000					
QtM_Conselho	0,168	0,408	1,000				
Tamanho	0,145	0,087	-0,209	1,000			
ROA	0,022	0,122	0,275	-0,251	1,000		
ROE	0,046	0,163	0,200	0,052	0,460	1,000	
Endivid	0,093	-0,225	-0,200	0,273	-0,411	-0,090	1,000

Fonte: Dados da pesquisa, 2020.

De acordo com Gujarati (2006) as variáveis são consideradas altamente correlacionadas quando apresentam uma correlação superior a 0,8, como pode-se observar que nenhuma das variáveis apresentou correlação acima de 0,8, então estas podem ser testadas em conjunto.

4.2 ANÁLISE DO MODELO EMPÍRICO

Através do diagnóstico de painel utilizando o Teste de Chow, com hipótese nula de que quanto maior o valor, se confirma a adequação do modelo pooled (MQO). A hipótese nula foi validada com a existência de p-valor = 0,9960, portanto o modelo a ser utilizada nesta pesquisa é o pooled (MQO). Em seguida, foi feita a análise da normalidade dos resíduos (Gráfico da Estatística de Teste para Normalidade consta do Apêndice A), para verificar se o erro tem uma distribuição normal, os resultados da regressão indicam que as variáveis de estudo apresentam uma distribuição normal dos resíduos com um p-valor = 0,000.

O Teste de White foi aplicado para verificar a existência de heterocedasticidade nos dados, no entanto, com o p-valor = 0,000, refuta-se a hipótese de existência de heterocedasticidade. Para verificar a existência de autocorrelação entre os dados foi aplicado o Teste de Wooldridge para autocorrelação em dados em painel, e com um p-valor = 0,003, rejeitou a hipótese de autocorrelação entre os dados.

Não há indicação de multicolinearidade, pois, o value tolerance das variáveis não ultrapassou 0,01, e o vif não foi maior que 10 (Valores detalhados no Apêndice A),

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo verificar se a presença de mulheres no conselho de administração das empresas influencia o percentual de divulgação de informações de caráter social. Atendendo aos objetivos específicos, foram descritos a composição do conselho de administração e a suas funções, foram apresentados dados sobre a representatividade das mulheres nos cargos de liderança no mundo profissional, e por fim foi identificado um instrumento de coleta de dados, as dimensões sociais do Instituto Ethos, especificamente, os indicadores da Promoção da Diversidade e da Equidade e os Indicadores da Relação com Trabalhadores, os quais compuseram o índice de divulgação de informações de caráter social.

Os resultados da estatística descritiva apontou que o índice médio de divulgação de informações sociais das empresas analisadas foi de 85,7%, e que 60% das empresas possuem mulheres no conselho de administração, e ainda, que somente 20% destas empresas possuem duas ou mais mulheres integrando o conselho de administração.

Os resultados referentes à análise da regressão com dados em painel apoiaram as duas hipóteses propostas, de que a presença de mulheres no conselho de administração aumenta a divulgação de informações de caráter social, e ainda, que quando o número de mulheres no conselho de administração aumento, ou seja, é superior a duas mulheres, a quantidade de informações divulgadas também aumenta. Este resultado sugere que quanto mais mulheres houver no conselho de administração, maior será a extensão desse tipo de divulgação.

A pesquisa apresenta como limitações, primeiramente, destaca-se a subjetividade do pesquisador que é refletida na construção do índice de divulgação de informações de caráter social, ressaltando que não é possível saber se a empresa não divulgou a informação porque ela possui dados sobre ela, ou porque, a empresa decidiu não divulgá-la, pois se trata de informações de divulgação voluntária. Segundo, a coleta de dados envolve subjetividade porque a presença ou não da informação se baseia na percepção do pesquisador que coleta e analisa os dados. Terceiro, por utilizar variável dicotômica para o índice de divulgação de informações de caráter social, proporciona uma maior subjetividade na classificação das informações coletadas.

Outro fator que pode ser mencionado como limitação, é a utilização de fatores que influenciam o nível ou percentual de divulgação, e diversos outros fatores não são incluídos

e que poderiam também influenciar a divulgação de informações voluntárias, como por exemplo, variáveis ocultas não são consideradas e poderiam impactar os resultados de forma considerável.

As principais contribuições desta pesquisa para a literatura contábil é a constatação através do modelo elaborado que a presença das mulheres e a quantidade de mulheres no conselho de administração impacta na extensão das divulgações voluntárias das empresas de capital aberto. E como sugestão para futuras pesquisas, poder-se-á identificar novos determinantes para a divulgação voluntária, bem como, testar, a massa crítica, ou seja, a quantidade de mulheres no conselho de administração que impacta nesta extensão de divulgação de informações voluntárias, ou se, acaso, uma quantidade elevada de mulheres no conselho de administração implicará também em uma elevado grau de divulgação de informações voluntárias.

REFERÊNCIAS

- DALCERO, KÁTIA; FABRÍCIO, SARAH AMARAL; FERREIRA, DENIZE DEMARCHE MINATTI. Mulheres como CFO (Chief Financial Officer) e CEO (Chief Executive Officer): Qual a Influência do Gênero na Qualidade dos Accruals?.
- NEUMANN, Marguit; BEVILAQUA, Isabelle Caroline; FAIA, Valter da Silva. Evidenciação de Informações Financeiras e Não Financeiras pela Cooperativa Unimed Uberaba a partir dos Capitais do Relato Integrado: Um estudo com base na Teoria da Divulgação Voluntária. Acesso em: 21 Out. 2020. Disponível em: <<https://congressosp.fipecafi.org/anais/Anais2020/ArtigosDownload/2494.pdf>>.
- BRUNI, Attila; GHERARDI, Silvia; POGGIO, Barbara. Entrepreneur-mentality, gender and the study of women entrepreneurs. *Journal of organizational change management*, 2004.
- BARBOSA, Talita Dantas; TRIGO, Antonio Carrera; SANTANA, Lidia Chagas de. Qualidade no atendimento como fator de crescimento empresarial. *Revista de Iniciação Científica–RIC Cairu*, v. 2, n. 02, p. 112-133, 2015.
- LAZZARETTI, Kellen et al. Gender diversity in the boards of directors of Brazilian businesses. *Gender in Management: An International Journal*, 2013.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA (IBGC). Diversidade de Gênero nos Conselho Administrativos e sua Relação com Desempenho e Risco Financeiro nas Empresas Familiares. Acesso em: 15 Set. 2020. Disponível em: <<https://www.ibgc.org.br/conhecimento>>.
- SILVA JÚNIOR, Claudio Pilar da; MARTINS, Orleans Silva. Mulheres no conselho afetam o desempenho financeiro? uma análise da representação feminina nas empresas listadas na BM&FBOVESPA. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, v. 12, n. 1, 2017.
- TONELLO, M. (2010). Board composition and organization issues. In: Baker, H. K., & Anderson, R. (Ed.). *Corporate governance: a synthesis of theory, research, and practice*. The Robert W. Kolb series in finance. New Jersey: Wiley.
- NISYAMA, Edelcio Koitiro; NAKAMURA, Wilson Toshiro. DIVERSIDADE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO E A ESTRUTURA DE CAPITAL. *Revista de Administração de Empresas*, São Paulo, v. 58, n. 6, p. 1, nov./2018. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902018000600551#aff2. Acesso em: 23 out. 2020.
- MATIAS, Alberto Borges. Afinal, o que é o conselho de administração em empresas?. *INEPAD*, On-line, v. 1, n. 1, p. 1, mai./2019. Disponível em: <https://blog.inepadconsulting.com.br/conselho-de-administracao/>. Acesso em: 15 out. 2020.
- MADALOZZO, Regina. CEOs e composição do conselho de administração: a falta de identificação pode ser motivo para existência de teto de vidro para mulheres no Brasil?. *Revista de Administração Contemporânea*, [s.l.], v. 15, n. 1, p.126-137, fev. 2011. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1415-65552011000100008>. Disponível em: . Acesso em: 04/10/2020.

CAMARGO, RENATA FREITAS DE. Conselho de Administração: saiba como sua empresa pode se beneficiar com um bom Conselho Administrativo. Treasy, On-line, v. 1, n. 1, p. 1, nov./2016. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/conselho-de-administracao-ou-conselho-administrativo/>. Acesso em: 14 out. 2020

CAMARGO, RENATA FREITAS. Qual é o papel do conselho de administração em uma empresa?. GLICFAS, On-line, v. 1, n. 1, p. 1, nov./2018. Disponível em: <https://www.glicfas.com.br/conselho-de-administracao/>. Acesso em: 13 out. 2020.

VINICIUS. NOBILE DE ALMEIDA. Governança Corporativa: o que é, para que serve e quais os benefícios. EUAX Consulting, On-line, v. 1, n. 1, p. 1, mai./2018. Disponível em: <https://www.euax.com.br/2018/05/entenda-o-que-e-governanca-corporativa/>. Acesso em: 21 out. 2020.

ARAÚJO, MARIA DE FATIMA. Diferença e igualdade nas relações de gênero: revisitando o debate. Psicologia Clínica, On-line, v. 17, n. 2, p. 1, jan./2005. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0103-56652005000200004&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em: 22 out. 2020.

ARFKEN, Deborah E.; BELLAR, Stephanie L.; HELMS, Marilyn M. The ultimate glass ceiling revisited: The presence of women on corporate boards. *Journal of Business ethics*, v. 50, n. 2, p. 177-186, 2004.

AVELINO, Bruna Camargos. Características explicativas do nível de disclosure voluntário de municípios do estado de Minas Gerais: uma abordagem sob a ótica da teoria da divulgação. 2013.

Bartz, C., & Creswell, B. J. (2006). How Suit It Isn't: A Dearth of Female Bosses. *The New York Times*. Retrieved from https://www.nytimes.com/2006/12/17/business/yourmoney/17csuite.html?pagewanted=all&_r=0.

BRUSCHINI, Cristina; LOMBARDI, Maria Rosa. Mulheres e homens no mercado de trabalho brasileiro: um retrato dos anos 1990. *As novas fronteiras da desigualdade: homens e mulheres no mercado de trabalho*. São Paulo: Senac, p. 323-361, 2003.

LARRIETA-RUBÍN DE CELIS, Izaskun et al. Does having women managers lead to increased gender equality practices in corporate social responsibility?. *Business Ethics: A European Review*, v. 24, n. 1, p. 91-110, 2015.

DAL MAGRO, Cristian Bau et al. Glass ceiling em cargos de board e seu impacto no desempenho organizacional. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, v. 15, n. 34, p. 158-180, 2018.

DANTAS, José Alves et al. A dualidade entre os benefícios do disclosure e a relutância das organizações em aumentar o grau de evidenciação. *Revista Economia & Gestão*, v. 5, n. 11, p. 56-76, 2005.

DEZSÖ, Cristian L.; ROSS, David Gaddis. Does female representation in top management improve firm performance? A panel data investigation. *Strategic management journal*, v. 33, n. 9, p. 1072-1089, 2012.

DIEESE. Instrumento de combate à desigualdade. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/livro/2010/SMinstrumentoCombateDesigualdade.pdf>. Acesso em: 15 set. 2020.

ECCLES, Robert G.; KRZUS, Michael P. One report: Integrated reporting for a sustainable strategy. John Wiley & Sons, 2010.

ETHOS. Indicadores Ethos. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/conteudo/indicadores/>. Acesso em: 12 out. 2020.

FÁVERO, L. P.; BELFIORE, P. Manual de Análise de Dados, Estatística e Modelagem Multivariada com Excel®, SPSS® e Stata®. 1. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017.

FERNANDES, Ruhama Bezerra. Fatores associados à divulgação voluntária do relato integrado. 2020. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

GONÇALVES, Rodrigo de Souza. Social disclosure e custo de capital próprio em empresas brasileiras. 2011. Tese de Doutorado. Universidade de Brasília.

GUJARATI, Damodar. Econometria Básica. 4ª Edição. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

GUL, Ferdinand A.; SRINIDHI, Bin; NG, Anthony C. Does board gender diversity improve the informativeness of stock prices?. *Journal of accounting and Economics*, v. 51, n. 3, p. 314-338, 2011.

IBGC. Mulheres no Conselho de Administração. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/129138/mod_resource/content/1/IBGC%20-%20Mulheres%20no%20Conselho%20de%20Administra%C3%A7%C3%A3o.pdf. Acesso em: 13 out. 2020.

IGARASHI, Clovis. O que é disclosure na contabilidade?. *CONTÁBEIS , ON-LINE*, v. 1, n. 1, p. 1, abr./2015. Disponível em: <https://www.contabeis.com.br/noticias/23226/o-que-e-disclosure-na-contabilidade/>. Acesso em: 23 out. 2020.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Gênero. Acesso em: 06 Ago. 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/genero.html>.

SILVA JÚNIOR, Claudio Pilar da; MARTINS, Orleans Silva. Mulheres no conselho afetam o desempenho financeiro? uma análise da representação feminina nas empresas listadas na BM&FBOVESPA. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, v. 12, n. 1, 2017.

LAZZARETTI, Kellen; GODOI, Christiane Kleinübing. A participação feminina nos conselhos de administração das empresas brasileiras: uma análise das características de formação acadêmica e experiência profissional à luz da teoria do capital humano. *Revista Gestão & Conexões*, v. 1, n. 1, p. 159-186, 2012.

LEONE, E.; PORTILHO, Luciana. Inserção de mulheres e homens com nível superior de escolaridade no mercado de trabalho brasileiro. *Trabalho apresentado*, n. 56.

LIMA, Gerlando Augusto Sampaio Franco de. Utilização da teoria da divulgação para avaliação da relação do nível de disclosure com o custo da dívida das empresas brasileiras.

2007. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

MADALOZZO, Regina. CEOs e composição do conselho de administração: a falta de identificação pode ser motivo para existência de teto de vidro para mulheres no Brasil?. *Revista de Administração Contemporânea*, [s.l.], v. 15, n. 1, p.126-137, fev. 2011. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s1415-65552011000100008>. Disponível em: . Acesso em: 04/10/2020.

MIRANDA, A. R. A., Cappelle, M. C. A., Fonseca, F. P., Mafra, F. L. N., & Moreira, L. B. (2013). O exercício da gerência universitária por docentes mulheres. *Revista Pretexto*, 14(1), 106-123.

MIZAEL, Táhcita M.. O papel das mulheres que rompem o teto de vidro na manutenção deste fenômeno. *Cientistas Feministas*, On-line, v. 1, n. 1, p. 1, nov./2018.

MORAES, Eliene Aparecida de; GONCALVES, Rodrigo Souza; NIYAMA, Jorge Katsumi. Ambiente regulatório e evidenciação social: uma análise das divulgações de empresas brasileiras listadas na BM&FBOVESPA. *Advances in Scientific and Applied Accounting*, v. 8, n. 2, p. 218-243, 2015.

PRODANOV, Cleber Cristiano. *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RAY, D. M. (2005). Corporate Boards and Corporate Democracy. *Journal of Corporate Citizenship*, (20), 93–105. <https://doi.org/10.9774/gleaf.4700.2005.wi.00011>

SILVA, A. L. C. da, & Margem, H. (2015). Mulheres em Cargos de Alta Administração Afetam o Valor e Desempenho das Empresas Brasileiras? *Revista Brasileira de Finanças*, 13(1), 102–133. Retrieved from <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/rbfin/article/view/35116>

SILVA, André Luiz Carvalhal da; MARGEM, Helena. Mulheres em Cargos de Alta Administração Afetam o Valor e Desempenho das Empresas Brasileiras?. *Revista Brasileira de Finanças*, v. 13, n. 1, p. 102-133, 2015.

SILVA, Larissa Karoline Souza. *Mais é melhor! mulheres no conselho de administração e a divulgação de responsabilidade social corporativa relacionada a gênero*. 2020. Dissertação. Universidade Federal do Ceará.

TEIXEIRA, Vanessa. O fenômeno Teto de Vidro e a ocupação da mulher no mercado de trabalho. *Administradores.com*, On-line, v. 1, n. 1, p. 1, jan./2012. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/o-fenomeno-teto-de-vidro-e-a-ocupacao-da-mulher-no-mercado-de-trabalho>. Acesso em: 12 out. 2020.

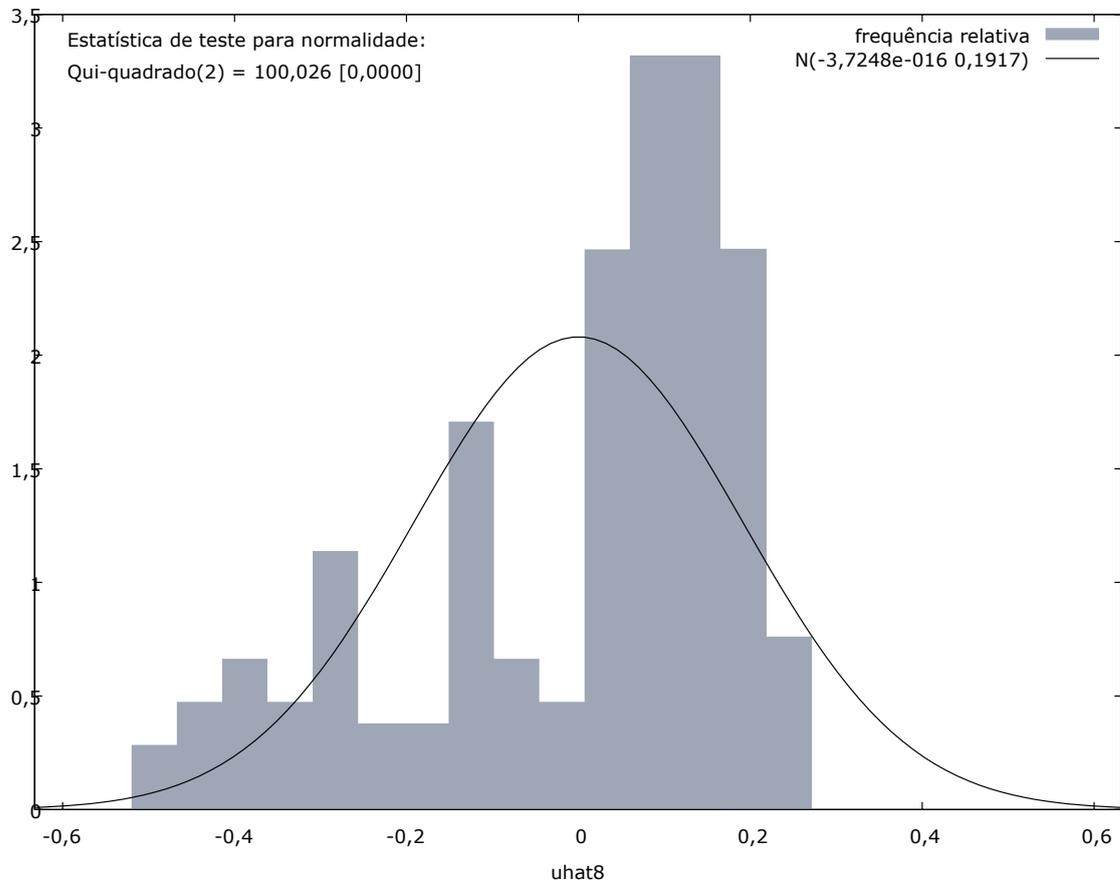
TUMELERO, Naína. Pesquisa descritiva: conceito, características e aplicação. *Mettzer*, On-line, v. 1, n. 1, p. 1, jan./2018. Disponível em: <https://blog.mettzer.com/pesquisa-descritiva/>. Acesso em: 22 out. 2020.

VAZ, C. D. F. M; LAIMER, Rosane Terezinha. *A INSERÇÃO DA MULHER NO MERCADO DE TRABALHO E O SURGIMENTO DA PROFISSÃO SECRETÁRIA . SECRETARIADO EXECUTIVO EM REVIST@*, On-line, v. 6, n. 6, p. 1-17, ago./2010.

Disponível em: <https://www.sumarios.org/artigo/inser%C3%A7%C3%A3o-da-mulher-no-mercado-de-trabalho-e-o-surgimento-da-profiss%C3%A3o-secret%C3%A1ria>. Acesso em: 14 out. 2020.

VELASCO, E. et al. La Perspectiva de Género en las Iniciativas de Responsabilidad Social: La Responsabilidad Social de Género. Madrid: Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad, 2010.

APÊNDICE A – TABELAS E GRÁFICOS REFERENTES A REGRESSÃO COM DADOS EM PAINEL



Modelo	Estatística de Colinearidade	
	Value Tolerance	VIF
Presença da mulher no conselho	0,760	1,316
Quantidade de mulheres no conselho	0,740	1,352
Tamanho	0,812	1,231
ROA	0,609	1,642
ROE	0,736	1,359
Endividamento	0,751	1,331

a. Variável Dependente: Índice de Divulgação Social

Gráfico P-P Normal de Regressão Resíduos Padronizados

