

RESPONSABILIDADE SOCIAL: INDICADORES PARA A EVIDENCIAÇÃO DE INSTITUIÇÕES COMUNITÁRIAS DE ENSINO SUPERIOR A PARTIR DA PERSPECTIVA DOS DISCENTES

SOCIAL RESPONSIBILITY: INDICATORS FOR THE EVIDENTIATION OF COMMUNITY INSTITUTIONS OF HIGHER EDUCATION FROM THE STUDENTS PERSPECTIVE

Isadora Ruana Machado Thiemann 

Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões – URI, RS, Brasil, isadora.sud@live.com

Márcio Moura da Silva 

Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões – URI, RS, Brasil, marciomoura29@yahoo.com.br

Rosane Maria Seibert 

Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões – URI, RS, Brasil, rseibert@san.uri.br

Raiziane Cássia Freire da Silva 

Universidade Regional Integrada do Alto Uruguai e das Missões – URI, RS, Brasil, raifreire@hotmail.com

DOI: <http://dx.doi.org/10.31512/gesto.v6i2.2826>

Recebido em: 07/10/2018

Aceito em: 12/12/2018

Resumo: O objetivo deste estudo foi identificar os indicadores representativos de responsabilidade social, que uma Instituição Comunitária de Ensino Superior (ICES) deve evidenciar em suas páginas eletrônicas de Internet, considerando a percepção de seus discentes. A identificação foi efetuada de forma indutiva, utilizando-se de métodos da *Grounded Theory*, por meio da aplicação de formulário para um grupo de *stakeholders*, especificamente, discentes dos cursos de graduação em Ciências Contábeis e Administração de uma ICES do Estado do Rio Grande do Sul, escolhida por acessibilidade. O formulário continha 9 categorias de responsabilidade social identificadas na revisão da literatura: econômica e financeira, ética, governança, produtos e serviços, clientes, fornecedores, social, ambiental e público interno. Os discentes preencheram os formulários com informações do seu interesse. Como resultado da análise de conteúdo feita nos formulários respondidos, identificou-se 64 indicadores do interesse dos discentes. Esses indicadores foram observados nas páginas eletrônicas de Internet da ICES e constatou-se apenas 48, representando um índice de evidenciação de responsabilidade social de 75%. A relação de indicadores de responsabilidade social criada nesta pesquisa contribui com as políticas de evidenciação das ICES, pois demonstra os interesses dos discentes, um de seus públicos primários que devem ser considerados na sua prestação de contas.

Palavras-chave: Indicadores de evidenciação. Responsabilidade social. Discentes. Legitimidade.

Abstract: The objective of this study was to identify the representative indicators of social responsibility, which a Community Institution of Higher Education (CIHE) should highlight in its Internet pages, considering the perception of its students. The identification was done in an inductive way, using Grounded Theory methods, through the application of a form to a stakeholders group, specifically students of the undergraduate courses in Accounting and Administration of an CIHE of the State of Rio Grande do Sul, chosen for accessibility. The form contained 9 categories of social responsibility identified in the literature review: economic and financial, ethics, governance, products and services, customers, suppliers, social, environmental and internal public. The students completed the forms with information of their interest. As a result of the content analysis done on the answered forms, 64 indicators of student interest were identified. These indicators were observed on the CIHE Internet websites and only 48 were found, representing a disclosure index of social responsibility of 75%. The list of social responsibility indicators created in this research contributes to CIHE 'evidence policies, as it demonstrates the interests of students, one of their primary audiences, who must be considered in their accountability.

Keywords: Evidence indicators. Social responsibility. Students. Legitimacy.

1 Introdução

Instituições Comunitárias de Ensino Superior (ICES) são organizações sem fins lucrativas, reconhecidas pela Lei n. 12.881/2013, e que dispõem da prerrogativa de manter parceria com o poder público (BRASIL, 2013). Assim como as demais organizações do terceiro setor, as ICES buscam executar atividades que atendam às necessidades da sociedade que não são supridas pelo setor público (HANSMANN, 1980; HOFMANN; MCSWAIN, 2013; ZAINON; ATAN; WAH, 2014), especificamente, a demanda por serviços educacionais. Caracterizam-se pela sua função pública não estatal com patrimônio pertencente a comunidade (ABRUC, s. d), o que exige maior transparência e prestação de contas de sua responsabilidade social para com seus *stakeholders*.

São os *stakeholders* que possuem poder para legitimar as ICES permitindo-as de continuar atuando na sociedade onde estão inseridas. Para tanto, é preciso que as ICES evidenciem o retorno social advindo de sua atuação e a consonância de suas atividades com os termos estabelecidos no contrato social firmado com a sociedade, para que os seus *stakeholders* possam percebê-las com legítimas e merecedoras de continuar operando na comunidade (FREEMAN, 1984; HASNAS, 2013; PARMAR et al., 2010; SEIBERT; MACAGNAN, 2015; SHOCKER; SETHI, 1973; SILVA; SEIBERT, 2018).

É por meio da evidenciação que as ICES estabelecem a comunicação com seus *stakeholders*, promovendo a transparência e prestação de contas das ações e dos retornos sociais ansiados por eles. Por sua vez, por meio da evidenciação se conquista a confiança e o apoio dos mesmos garantindo a legitimação e evitando custos advindos da perda da legitimidade (CORMIER; MAGNAN; 2015; DEEGAN, 2002; GAZZOLA; RATTI; AMELIO, 2017; O'DONOVAN, 2002; ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONOMICA - OCDE, 2004; SEIBERT; MACAGNAN, 2017; SILVA; SEIBERT, 2018).

Por outro lado, a escolha do canal de comunicação deve ser ponderado ao se estabelecer as estratégias de evidenciação. Nesse sentido, as páginas eletrônicas de Internet têm se apresentado como uma alternativa de baixo custo para as ICES, permitindo o acesso fácil da informação por um número maior e mais diversificado de *stakeholders* (FIFKA, 2013; GANDÍA, 2011; LEE; JOSEPH, 2013; SEIBERT; MACAGNAN, 2017; SILVA; SEIBERT, 2018). Além disso, nas últimas décadas a Internet vem sendo mais vezes utilizada como meio de evidenciação das práticas de responsabilidade social das organizações (KILIÇ, 2016).

Nesse contexto, o presente estudo objetiva identificar quais os indicadores representativos das informações de responsabilidade social, que uma ICES pode evidenciar em suas páginas eletrônicas de Internet, considerando a percepção de seus discentes. Por ser uma Instituição que presta serviços educacionais, os discentes configuram-se como clientes da mesma e compõem o grupo de *stakeholders* primários, ou seja, aqueles que as ICES devem priorizar o atendimento de seus interesses, inclusive relativos à prestação de contas (CLARKSON, 1995; GAZZOLA et al., 2017; HASNAS, 2013; PARMAR et al., 2010).

Após esta introdução, o artigo apresenta a revisão da literatura que deu suporte ao estudo, seguido pelo procedimento metodológico da pesquisa e a descrição e análise dos resultados obtidos. Por fim tem-se as considerações finais.

2 Revisão da literatura

Toda organização social influencia e sofre influência da sociedade onde está inserida. Sua atuação no ambiente social ocorre por meio de um contrato social, acordado com a sociedade, representando um conjunto de expectativas implícitas ou explícitas de seus membros. Como cumprimento desse contrato, as organizações retornam benefícios sociais esperados pela sociedade e esta, por sua vez, as legitima permitindo-as de continuarem operando em seu meio (DEEGAN, 2002; SHOCKER; SETHI, 1973).

A sociedade é formada por diversos grupos de *stakeholders* que se relacionam com as organizações como, por exemplo, clientes, colaboradores, fornecedores, mídia, governo e a comunidade em geral. São públicos que podem afetar e/ou serem afetados pelas organizações e que possuem interesses legítimos sobre elas, além de deterem poder para legitimá-las e permitir sua permanência, ou não, no ambiente social onde estão inseridas (CLARKSON, 1995; DONALDSON; PRESTON, 1995; FREEMAN, 1984; PARMAR et al., 2010).

A legitimidade é a percepção de que a organização se comporta de forma desejável e adequada, conforme as normas, crenças e valores instituídos no sistema social estabelecido (SUCHMAN, 1995). Assim, a legitimação da organização é ameaçada quando os *stakeholders* percebem que a mesma não atende aos compromissos sociais assumidos, acarretando o rompimento do contrato social (DEEGAN, 2002; LINDBLOM, 1994; O'DONOVAN, 2002; SHOCKER; SETHI, 1973).

Objetivando evitar os prejuízos decorrentes da ruptura do contrato social, a organização deve implementar estratégias corretivas para alterar a percepção dos *stakeholders*. As ações da organização devem ser revisadas pelos gestores para, no caso de não estarem compatíveis com a expectativa dos seus públicos, serem adequadas aos interesses desses. Além disso, a prestação de contas deve ser outra estratégia explorada pela organização para demonstrar as mudanças e adequações (DEEGAN, 2002; ISLAM; DEEGAN, 2008; O'DONOVAN, 2002). Nesse sentido, a evidenciação é uma estratégia de legitimação capaz de gerenciar a percepção dos *stakeholders*, revertendo ou amenizando uma imagem negativa que eles tenham percebido da organização. Por meio da evidenciação, a organização transparece as possíveis correções nas falhas que ocasionaram tal situação e os esforços para manter sua legitimidade (CORMIER; MAGNAN, 2015; IUDÍCIBUS, 2000; MICHELON, 2011; O'DONOVAN, 2002).

Evidenciação é a comunicação tempestiva das ações e dos fatos relevantes da organização que comprometem seu presente e seu futuro e são utilizadas para a tomada de decisão dos diversos *stakeholders* (OLIVEIRA et al., 2008). Ela promove a transparência contribuindo para uma imagem positiva da organização, por isso, a importância de evidenciar informações adequadas de forma a atender os anseios de seus *stakeholders* (IUDÍCIBUS, 2015; GANDÍA, 2011). A ocultação de informações ou a evidenciação resumida é prejudicial à organização podendo precipitá-la a perda de seu valor e sua legitimidade (CORMIER; LEDOUX; MAGNAN, 2009; IUDÍCIBUS, 2015).

O interesse dos *stakeholders* perpassam o acesso a informações meramente financeira para aceder demais informações que representam a responsabilidade social da organização (GALLEGO-ÁLVAREZ; QUINA-CUSTÓDIO, 2016; KILIÇ, 2016; SEIBERT; MACAGNAN, 2015; 2017; SILVA; SEIBERT, 2018). Para satisfazer esses interesses,

a evidenciação não deve ser limitada as informações previstas em lei, sendo profícuo a disponibilização de informações voluntárias de modo a comunicar o retorno social e o comportamento socialmente responsável da organização (GALLEGO-ÁLVAREZ; QUINA-CUSTÓDIO, 2016; GANDÍA, 2011; OLIVEIRA, 2015).

Conforme a ISO 26.000 (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS - ABNT, 2010) a responsabilidade social se caracteriza pela adoção, por parte da organização, de uma postura onde os impactos sociais e ambientais de suas ações são considerados nas tomadas de decisões e, posteriormente, prestado contas para a sociedade. Nessa prestação de contas, a organização pode evidenciar várias informações que se enquadram nas principais categorias da responsabilidade social: ambiental, social, público interno, produtos e serviços, clientes, fornecedores, ética, governança e econômica e financeira (ABNT, 2010; CARROLL, 1979; GRI, 2016; INSTITUTO ETHOS, 2017; SEIBERT; MACAGNAN, 2015; 2017; SILVA; SEIBERT, 2018).

Por meio das informações ambientais e sociais as organizações evidenciam os impactos causados no meio ambiente e na comunidade em seu entorno, resultantes de suas atividades, além de demonstrarem seu engajamento com as questões de cunho socioambiental (ABNT, 2010; DAHLSTRUD, 2008; INSTITUTO ETHOS, 2017; MICHELON, 2011; YUSOFF, LEHMAN; NASIR, 2006). As informações relacionadas aos públicos internos visam evidenciar as práticas organizacionais voltadas para valorização dos seus atuais e futuros colaboradores, tanto no que se refere ao respeito pela relação de trabalho, quanto ao seu desenvolvimento profissional, sua qualidade de vida e a saúde e segurança no ambiente de trabalho (DAHLSTRUD, 2008; INSTITUTO ETHOS, 2017).

A evidenciação de informações sobre produtos e serviços prestados pelas organizações demonstram a sua responsabilidade com os produtos e serviços que são oferecidos para a sociedade e afetam não apenas seus clientes, mas também os demais *stakeholders* de modo direto ou indireto (GRI, 2016). Com a evidenciação de informações relativa aos clientes, as organizações demonstram o respeito pelos mesmos e a consideração por uma relação transparente e proativa entre ambos (INSTITUTO ETHOS, 2017). Já as informações referentes aos fornecedores, evidenciará a conduta ética das organizações ao relacionar-se com esse público, bem como o grau de comprometimento de sua responsabilidade social, visto que esta pode ser avaliada pela prática e decisão de compra de uma organização (ABNT, 2010), que deveria priorizar os fornecedores mais próximos como seus parceiros de negócios, contribuindo assim para o desenvolvimento regional (UNITED NATIONS, 2008).

No que tange a ética, as informações evidenciadas buscam demonstrar para a sociedade a adoção e abrangência de valores e princípios éticos da organização (CARROLL, 1979; INSTITUTO ETHOS, 2017). As informações relacionadas à governança expõem o sistema responsável pela tomada de decisão da organização, assim como a presença de mecanismos de governança (ABNT, 2010; SEIBERT; MACAGNAN, 2017). A evidenciação de informações de caráter econômico e financeiro comunica o desempenho econômico e financeiro da organização (BUSHMAN; SMITH, 2003; DUSUKI; YUSOF, 2008; PERLIN et al., 2013).

A evidenciação dessas informações é representada por indicadores e podem estar contidos em canais de comunicação formais e informais como, por exemplo, relatórios ou páginas eletrônicas de Internet (SEIBERT; MACAGNAN, 2017; SILVA; SEIBERT, 2017;

2018). Por indicadores entende-se as medidas que representam determinadas questões viabilizando a concepção de resultados quanto ao que está sendo explorado (HEINK; KOWARIK, 2010; REMPEL; ANDISON; HANNON, 2004). O uso das páginas eletrônicas da Internet como canal de disseminação dos indicadores representativos de informações sobre a responsabilidade social das organizações, se configura como um meio simples, rápido, acessível financeiramente e que alcança uma variedade maior de *stakeholders*, quando comparado com os meios tradicionais de evidenciação (GANDÍA, 2011; LEE; JOSPEH, 2013).

Na próxima seção, apresenta-se os procedimentos metodológicos utilizados para a identificação dos indicadores representativos de responsabilidade social da ICES, conforme a percepção dos seus discentes.

3 Procedimentos metodológicos

A pesquisa foi realizada de forma indutiva por meio de técnicas da *Grounded Theory* (TAROZZI, 2011). Inicialmente elaborou-se um formulário contendo nove categorias de responsabilidade social: ambiental, social, governança, econômica e financeira, produtos e serviços, ética, público interno, clientes e fornecedores. As categorias foram criadas com base na revisão da literatura e recomendações de organismos reguladores e orientadores: ISO 26.000 (ABNT, 2010), nas Normas GRI para Relatórios de Sustentabilidade (GRI, 2016), nos Indicadores Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis (INSTITUTO ETHOS, 2017) e nos estudos de Seibert e Macagnan (2015; 2017) e Silva e Seibert (2017; 2018).

Na sequência o formulário foi aplicado para discentes de uma ICES, escolhida por acessibilidade, utilizando-se da técnica de *brainstorming* (GODOI, 2004), com a tomada de ideias por escrito sem interação entre os participantes. Os encontros foram organizados por turmas, atendendo a todos os semestres dos cursos de Administração e Ciências Contábeis. A amostra consistiu daqueles discentes que estavam em sala de aula na noite agendada para a coleta de evidências, sendo 128 pertencentes ao curso de Ciências Contábeis e 179 do curso de Administração, totalizando 307 discentes. Nesses encontros os discentes escreveram, dentro de cada uma das categorias, as informações de seu interesse consideradas relevantes para a evidenciação da ICES em suas páginas eletrônicas de Internet.

A análise das evidências foi procedida por meio da técnica de análise de conteúdo (BARDIN, 1977; VERGARA, 2010). As evidências coletadas nos formulários serviram para a composição de uma relação de indicadores representativos de informações de responsabilidade social. Para elaboração dessa relação, adotou-se critérios utilizados em pesquisas anteriores (SILVA; SEIBERT, 2017; 2018). Ou seja, estabeleceu-se que permaneceriam na relação os três indicadores que mais vezes tivessem sido sugeridos pelos discentes, enquanto que os três menos citados seriam desconsiderados, havendo algumas exceções, conforme demonstra a próxima seção deste artigo. Com os indicadores que permaneceram no intervalo intermediário se procedeu análises comparativas com a revisão da literatura para justificar a inclusão, ou não, do indicador na relação final.

Com a relação final de indicadores, disposta numa planilha do *Microsoft Excel*, consultou-se as páginas eletrônicas de Internet da ICES, a fim de identificar se as informações representativas de responsabilidade social estavam ou não evidenciadas. Essa identificação

foi feita por meio de observação e análise de conteúdo (BARDIN, 1977; VERGARA, 2010) das informações em toda a página eletrônica, se utilizando, inclusive, da ferramenta de busca pesquisando-se palavras-chaves, termos semelhantes e expressões que representassem o indicador. Os indicadores que estavam evidenciados receberam nota um e os que não estavam receberam nota zero. Por fim, somou-se todos os indicadores evidenciados pela ICES e calculou-se o índice de evidenciação de responsabilidade social da mesma.

4 Apresentação e análise dos resultados

Foram extraídos dos formulários 69 indicadores representativos da responsabilidade social da ICES. As categorias clientes, ética, governança e público interno, tiveram 9 indicadores sugeridos para cada uma delas. 8 indicadores foram sugeridos para a categoria ambiental, 7 indicadores foram sugeridos tanto para a categoria produtos e serviços como para a categoria social, 6 indicadores sugeridos para a categoria econômica e financeira e 5 sugeridos para a categoria fornecedores.

Nas tabelas 1 a 9 são apresentados os resultados obtidos por categoria. Na primeira coluna estão descritos os indicadores e na segunda enumera-se a quantidade de vezes que o mesmo foi sugerido pelos discentes do Curso de Ciências Contábeis (CC), Curso de Administração (CA) e a soma de ambos (Total). Na terceira coluna, assinalou-se com um X os indicadores que permaneceram na relação final. Na última coluna, sinalizou-se com um, aqueles que foram evidenciados e zero os que não foram encontrados nas páginas eletrônicas de Internet da ICES.

Tabela 1 – Indicadores da Categoria Clientes

Indicadores	Nº de Sugestões			Relação Final	Evidenciação
	CC	CA	Total		
Informações sobre os Alunos	54	21	75	X	1
Benefícios	9	9	18	X	1
Eventos / Palestras Promovidos pelos Alunos	14	3	17	X	1
Projetos e Bolsas de Pesquisa	7	3	10	X	1
Espaço para Sugestões	3	-	3	X	1
Avaliação Institucional (Alunos)	1	1	2	X	0
Atendimento Online	-	1	1	X	0
Integração entre os Alunos	-	1	1	X	1
Portal do Aluno	-	1	1	X	1

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados da pesquisa.

A categoria clientes está entre as quatro categorias que mais obtiveram sugestões de indicadores. Esse resultado era esperado, considerando que a análise da evidenciação foi feita pelos discentes, considerados clientes e, normalmente cada grupo de *stakeholders* tem interesses distintos e específicos ao seu grupo (KILIÇ, 2016; SEIBERT; MACAGNAN, 2017). Assim, nota-se que os discentes consideram importante a ICES evidenciar informações sobre o perfil dos mesmos, os benefícios que são oferecidos, os eventos ou palestras por eles promovidos, bem como os projetos e bolsas de pesquisas ao seu dispor.

Todos os 9 itens sugeridos nessa categoria compõem a relação final, porém 2 indicadores não foram evidenciados nas páginas eletrônicas de internet da ICES. Ambos indicadores não evidenciados foram pouco sugeridos, no entanto, a disponibilização deles demonstraria o cuidado da ICES com seu cliente, buscando facilitar a comunicação entre ambas as partes, conhecer possíveis problemas e obter sugestões de melhoria nas ações organizacionais, principalmente, relacionadas a responsabilidade social, conforme sugere o Instituto Ethos (2017).

A outra categoria que igualmente obteve 9 sugestões de indicadores foi a categoria ética, conforme demonstra a Tabela 2:

Tabela 2 – Indicadores da Categoria Ética

Indicadores	Nº de Sugestões			Relação Final	Evidenciação
	CC	CA	Total		
Conduta Ética	13	31	44	X	1
Ética Profissional e Social	11	4	15	X	1
Princípios Éticos	13	-	13	X	1
Prestação de Contas e Transparência	5	-	5	X	1
Cursos Online sobre Ética	3	-	3	X	0
Divulgação de Informação de Forma Ética	3	-	3	X	1
Palestra, Debates e Informação	1	1	2	X	1
Comitê de Ética	-	2	2	X	1
Artigos Científicos sobre Ética	1	-	1	X	1

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados da pesquisa.

Todos os 9 indicadores sugeridos foram considerados na relação final. O indicador mais vezes sugerido foi conduta ética, manifestando a preocupação desse público com relação a postura ética da ICES e confirmando que o comportamento ético é uma das expectativas que os *stakeholders* têm quanto a atuação das organizações no meio social (CARROLL, 1979; SILVA; SEIBERT, 2018). O fato de apenas 1 indicador não ter sido evidenciado nas páginas eletrônicas de Internet da ICES, demonstra a intenção da mesma em corresponder a essa expectativa. Conforme Mendonça (2003), ter um comportamento ético é requisito para qualquer organização que deseja ser reconhecida como socialmente responsável.

A categoria governança também recebeu 9 sugestões de indicadores, porém, somente 8 foram selecionados para relação final. Dessa seleção, 7 foram evidenciados pela ICES, conforme demonstra a Tabela 3:

Tabela 3 – Indicadores da Categoria Governança

Indicadores	Nº de Sugestões			Relação Final	Evidenciação
	CC	CA	Total		
Estrutura de Governança	31	-	31	X	1
Organograma	3	21	24	X	1
Missão, Visão e Valores	10	-	10	X	1
Forma de Governança	3	3	6	X	1

Indicadores	Nº de Sugestões			Relação Final	Evidenciação
	CC	CA	Total		
Política da ICES	2	2	4	X	1
Remuneração	3	-	3	X	0
Responsabilidade dos Membros da Governança	1	2	3		
Transparência	-	3	3	X	1
Objetivos da Governança	1	-	1	X	1

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados da pesquisa.

Percebe-se que os indicadores estrutura de governança, organograma e missão, visão e valores foram os mais sugeridos, corroborando com os resultados encontrados por Silva e Seibert (2017; 2018). O interesse nos indicadores representativos de governança pode ser justificado pela possibilidade dos *stakeholders* averiguarem a existência, ou não, de um sistema de governança na ICES que demonstre boas práticas de governança e controle da gestão organizacional (DHANANI; CONNOLLY, 2012; SILVA; SEIBERT, 2017; 2018).

Optou-se pela exclusão do indicador responsabilidade dos membros da governança por ter sido considerado de difícil mensuração. A capacidade de mensurar é condição necessária para a criação de um indicador que tenha esse objetivo (GALLOPIM, 1996; SEIBERT; MACAGAN, 2017; SILVA; SEIBERT, 2018). Assim, foram selecionados 8 indicadores para compor a relação final, sendo que desses, não se identificou a evidenciação do indicador remuneração. Como ele foi pouco sugerido, pode-se considerar que a ICES tem atendido aos principais interesses dos discentes quanto ao acesso às informações acerca de sua governança, o que viabiliza a conquista da confiança desse público de interesse (DHANANI; CONNOLLY, 2012).

Outra categoria que totalizou 9 indicadores sugeridos pelos discentes foi a categoria público interno, como mostra a Tabela 4:

Tabela 4 – Indicadores da Categoria Público Interno

Indicadores	Nº de Sugestões			Relação Final	Evidenciação
	CC	CA	Total		
Quadro Funcional	39	10	49	X	1
Informações sobre os Colaboradores	22	11	33	X	1
Benefício e Gratificações	14	12	26	X	0
Formação e Qualificação	7	10	17	X	1
Recrutamento e Seleção	3	3	6	X	0
Integração dos Colaboradores	-	3	3	X	0
Avaliação dos Colaboradores	1	2	3	X	1
Carga Horária	3	-	3		
Colaboradores Terceirizados	2	-	2	X	0

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados da pesquisa.

Nessa categoria, o maior interesse dos discentes está no quadro funcional da ICES. Não menos importante, estão os indicadores representativos de informações sobre os colaboradores, benefícios e gratificação e formação e qualificação dos públicos internos.

Conforme o Instituto Ethos (2017), os colaboradores de uma organização contribuem para o desenvolvimento social como consequência de práticas socialmente responsáveis que os propiciem um trabalho pleno, seguro e digno. Assim, entende-se o porquê desses indicadores terem sido sugeridos.

Com exceção do indicador carga horária, os demais foram selecionados para compor a relação final. Justifica-se que tal indicador não foi considerado por ter sido um dos menos requeridos pelos discentes e não se ter encontrado respaldo na teoria para considera-lo de responsabilidade social. Assim, essa categoria finalizou com 8 indicadores possíveis de evidenciação nas páginas eletrônicas de Internet da ICES, porém, somente a metade foram reconhecidos como evidenciados. Ressalta-se que entre os não localizados está um dos indicadores mais citados pelos discentes, benefícios e gratificações, corroborando com os achados de Silva et al. (2015).

Na sequência, a Tabela 5 apresenta os indicadores sugeridos para a categoria ambiental:

Tabela 5 – Indicadores da Categoria Ambiental

Indicadores	Nº de Sugestões			Relação Final	Evidenciação
	CC	CA	Total		
Projetos Ambientais	47	45	92	X	1
Práticas da Preservação do Meio Ambiente	31	23	54	X	0
Coleta e Separação do Lixo	20	30	50	X	1
Conscientização Ambiental	-	24	24	X	1
Palestras e Informações	8	11	19	X	1
Papel da Sustentabilidade	11	5	16	X	1
Campanha de Reflorestamento	3	2	5	X	0
Contabilidade Ambiental	1	-	1	X	0

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados da pesquisa.

Percebe-se que projetos ambientais é o indicador que desperta maior interesse dos discentes, corroborando com os estudos de Silva e Seibert (2017; 2018). Com exceção do indicador contabilidade ambiental e campanha de reflorestamento, os demais foram consideravelmente sugeridos pelos discentes, indicando a preocupação dos mesmos com as questões ambientais e como a ICES tem se comportando diante disso, corroborando com outros estudos que demonstram o evidente interesse dos *stakeholders* em acessar informações sobre a conduta ambientalmente responsáveis das organizações (ORTAS; GALLEGO-ALVAREZ; ETXEBERRIA, 2014; SEIBERT; MACAGNAN, 2015; 2017; SILVA; SEIBERT, 2017; 2018). Todos os indicadores sugeridos foram considerados relevantes e, por isso, compõem a relação final. Dos 8 indicadores possíveis para evidenciação, apenas 3 deles não foram identificados nas páginas eletrônicas de Internet da ICES, incluindo o segundo indicador mais sugerido pelos discente.

Quanto a categoria produtos e serviços, na Tabela 6 apresentam-se os resultados encontrados:

Tabela 6 – Indicadores da Categoria Produtos e Serviços

Indicadores	Nº de Sugestões			Relação Final	Evidenciação
	CC	CA	Total		
Produtos Disponibilizados pela ICES	51	13	64	X	1
Informações sobre os Cursos	39	19	58	X	1
Informações sobre os Serviços Disponíveis	13	6	19	X	1
Divulgação dos Produtos	-	16	16	X	1
Melhorias	4	9	13	X	0
Palestras e Informações	3	3	6	X	1
Divulgação dos Projetos juntos com a Comunidade	2	-	2	X	1

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados da pesquisa.

Com 7 sugestões de indicadores, todos compoem a relação final, 6 foram identificados nas páginas eletrônicas de Internet da ICES. Dentre os mais citados estão os indicadores produtos disponibilizados pela ICES e informações sobre os cursos. Ressalta-se que, no geral, quase todos os indicadores obtiveram quantidades expressivas de sugestões, podendo ser justificado pelo fato dos discentes serem os principais consumidores dos produtos e serviços ofertados pela ICES. Assim, acessando tais informações, os discentes podem inferir quanto aos benefícios que a organização está oferecendo, não apenas a eles, mas a sociedade como um todo, visto que os discentes são futuros profissionais que atuarão no meio social (GRI, 2016; SEIBERT; MACAGNAN, 2017). Ainda, a evidenciação dessas informações permite aos discentes verificarem se a ICES está cumprindo com o contrato social assumido com a comunidade onde a mesma está inserida (SHOCKER; SETHI, 1973).

A categoria social também obteve 7 sugestões de indicadores, conforme apresentado na tabela 7:

Tabela 7 – Indicadores da Categoria Social

Indicadores	Nº de Sugestões			Relação Final	Evidenciação
	CC	CA	Total		
Projetos Sociais	52	62	114	X	1
Divulgação de Programas Sociais	9	14	23	X	1
Integração com a Sociedade	9	11	20	X	1
Palestras e Informações	11	6	17	X	1
Conscientização Social	2	10	12	X	1
Melhorias Sociais	1	1	2	X	0
Normas e Responsabilidade Social	-	1	1	X	1

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados da pesquisa.

O indicador mais sugerido para essa categoria foi projetos sociais, corroborando com os estudos de Silva e Seibert (2017; 2018). Normas e responsabilidade social foi o indicador menos citado, porém, todos foram selecionados para integrar a relação final devido a relevância para o estudo, visto se tratar de uma Instituição Comunitária e os indicadores demonstrarem interesse dos discentes pelo envolvimento da mesma com a comunidade. Esse resultado ratifica estudos anteriores (SEIBERT; MACAGNAN, 2015; 2017; SILVA; SEIBERT, 2017;

2018) onde também ficou evidente esse anseio por parte dos *stakeholders* envolvidos nas pesquisas. O único indicador não evidenciado dessa categoria foi melhorias sociais.

Na tabela 8 têm os indicadores da categoria Econômica e Financeira:

Tabela 8 – Indicadores da Categoria Econômica e Financeira

Indicadores	Nº de Sugestões			Relação Final	Evidenciação
	CC	CA	Total		
Demonstrativos Contábeis	80	55	135	X	1
Investimentos por Curso	18	36	54	X	1
Palestras e Informações	7	4	11	X	1
Portal da Transparência	-	9	9	X	1
Formas de Pagamentos	3	-	3	X	1
Métodos de Pesquisa e Investimento dos Valores	2	-	2		

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados da pesquisa.

Foram 6 indicadores sugeridos e 5 selecionados para relação final. Todos foram identificados nas páginas eletrônicas de Internet da ICES. Nota-se que o indicador demonstrativos contábeis foi o mais sugerido, sendo visível o interesse dos discentes em acessar informações que transpareça o desempenho econômico-financeiro da ICES. Estudos anteriores também destacam a importância da evidenciação dessas informações considerando que elas são desejáveis pelos *stakeholders* e necessárias para a legitimação (BEZERRA; PEREIRA; ALBUQUERQUE, 2014; GAZZOLA; RATTI, 2014; SEIBERT; MACAGNAN, 2015; 2017; SILVA; SEIBERT, 2017; 2018; ZAINON et al., 2014).

Na tabela 9 apresentam-se os resultados encontrados para categoria fornecedores:

Tabela 9 – Indicadores da Categoria Fornecedores

Indicadores	Nº de Sugestões			Relação Final	Evidenciação
	CC	CA	Total		
Informações sobre Fornecedores	30	14	44	X	0
Principais Fornecedores	21	13	34	X	0
Critérios para Seleção de Fornecedores	7	7	14	X	0
Empresas Prestadoras de Assessoria	1	-	1	X	0
Fornecedores com Preocupações Socioambientais	1	-	1	X	0

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados da pesquisa.

Essa categoria obteve o menor número de indicadores sugeridos pelos discentes. Todos compõem a relação final, porém, nenhum deles foi identificado nas páginas eletrônicas de Internet da ICES. Cabe salientar que as práticas desenvolvidas pelos fornecedores devem estar alinhadas aos interesses da organização (INSTITUTO ETHOS, 2017) e, considerando o número de vezes que os indicadores foram sugeridos, percebe-se o interesse dos discentes em avaliar esse alinhamento e verificar com quem a ICES mantém relações comerciais. No entanto, para que isso ocorra é necessário que haja informações disponíveis, o que não ocorreu com a ICES.

Por fim, destaca-se que a relação final totalizou 64 indicadores representativos de informações de responsabilidade social possíveis de evidenciação. Porém, desses indicadores, somente 48 foram identificados nas páginas eletrônicas de Internet da ICES. A Tabela 10 apresenta o resumo da evidenciação desses indicadores por categoria de responsabilidade social:

Tabela 10 – Evidenciação dos Indicadores de Responsabilidade Social por categoria

Categorias	Total		Índice Evidenciação
	Pesquisados	Encontrados	
Econômica e Financeira	5	5	100,00%
Ética	9	8	88,89%
Clientes	8	7	87,50%
Governança	8	7	87,50%
Produtos e Serviços	7	6	85,71%
Social	7	6	85,71%
Ambiental	8	5	62,50%
Público de Interno	7	4	57,14%
Fornecedores	5	0	0,00%
Indicadores	64	48	75,00%

Fonte: Elaborada pelos autores com base em dados da pesquisa.

Somente a categoria econômica e financeira teve todos os seus indicadores identificados enquanto a categoria fornecedores foi a única a não ter indicadores evidenciados nas páginas eletrônicas de Internet da ICES. No entanto, a evidenciação de todos os indicadores atingiu um percentual de 75%, sugerindo que a ICES tenta atender as expectativas dos discentes no que tange as informações relativas à sua responsabilidade social. Essa forma de prestação de contas aos discentes, um dos públicos prioritários da ICES reflete, conseqüentemente, na percepção dos mesmos quanto a legitimidade da ICES e permite a sua permanência junto à comunidade onde se insere (CORMIER; MAGNAN, 2015; DEEGAN, 2002; LINDBLUM, 1994; O'DONOVAN, 2002).

5 Considerações finais

Esse estudo objetivou identificar indicadores representativos de responsabilidade social para a evidenciação de uma ICES, em suas páginas eletrônicas de Internet, a partir dos interesses de seus discentes. A relação de indicadores foi construída de forma indutiva utilizando-se de técnicas da *Grounded Theory* (TAROZZI, 2011), por meio de um formulário de pesquisa que continha nove categorias de responsabilidade social identificadas na revisão da literatura e em recomendações de organismos reguladores e orientadores da evidenciação das organizações.

Os resultados apontaram 64 indicadores representativos de responsabilidade social, distribuídos nas 9 categorias: ambiental, social, governança, econômica e financeira, produtos e serviços, ética, público interno, clientes e fornecedores, conforme a percepção dos discentes da ICES. Os indicadores mais vezes requeridos pelos discentes foram: projetos ambientais, projetos sociais, estrutura de governança, demonstrativos contábeis, produtos disponibilizados

pela ICES, conduta ética, quadro funcional, informações sobre os alunos e informações sobre fornecedores.

As categorias clientes, ética, governança e público interno obtiveram mais sugestões de indicadores. No entanto, foi a categoria econômica e financeira que teve todos os seus indicadores evidenciados nas páginas eletrônicas de Internet da ICES. Considerando que dos 64 indicadores sugeridos 48 deles foram evidenciados nas páginas eletrônicas da ICES, representando um nível de evidenciação da responsabilidade social de 75%, a mesma caminha para a manutenção ou fortalecimento da sua legitimidade organizacional, tendo em vista que a maioria das informações sugeridas pelos discentes estão disponibilizadas para o acesso do público em geral em suas páginas eletrônicas de Internet, um canal de comunicação de baixo custo (SEIBERT; MACAGNAN, 2017). Além disso, salienta-se que a maioria das informações que são de interesse de um dos principais públicos de uma organização, são também do interesse dos demais públicos (PARMAR et al., 2010).

Destaca-se que essa pesquisa pode contribuir com as políticas de evidenciação da ICES por demonstrar quais são os interesses de seus discentes no que tange as informações relativas a responsabilidade social, podendo também contribuir com os organismos reguladores e orientadores para o ajuste de recomendações de evidenciação, considerando o interesse desse público reconhecido como prioritário para as organizações (PARMAR et al., 2010).

Por outro lado, os resultados apresentados nesse estudo são provenientes de uma ICES considerando apenas um público de interesse, os discentes. Além disso, verificou-se a evidenciação de informações representativas de responsabilidade social, em apenas um canal de comunicação, ou seja, nas páginas eletrônicas de Internet. Essas são limitações que suscitam futuras pesquisas para o preenchimento de lacunas que permanecem depois dessa pesquisa. Portanto, sugere-se que outras pesquisas envolvam um número maior de ICES e *stakeholders* como, por exemplo, os fornecedores, colaboradores e comunidade em geral, que também são públicos prioritários. As sugestões para futuras pesquisas também se aplicam a verificação da evidenciação de informações em outros canais de comunicação das organizações, disponíveis aos públicos em geral, como por exemplo os relatórios anuais, balanços sociais e relatórios de sustentabilidade.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INSTITUIÇÕES COMUNITÁRIAS DE ENSINO SUPERIOR (ABRUC). **Quem somos**. Disponível em: <<http://www.abruc.org.br/abruc>> Acesso em: 12 maio 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). **ISO 26.000**. Rio de Janeiro: ABNT, 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BEZERRA, E. S.; PEREIRA, M. L.; ALBUQUERQUE, L. S. Um estudo nas demonstrações contábeis elaboradas, divulgadas e utilizadas na prestação de contas das Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público – OSCIP do Brasil. In: Congresso Brasileiro de Custos, XI, 2014. **Anais eletrônicos...** Natal, 2014.

BRASIL. **Lei n. 12.881**, de 12 de novembro de 2013. Dispõe sobre a definição, qualificação, prerrogativas e finalidades das Instituições Comunitárias de Educação Superior - ICES, disciplina o Termo de Parceria e dá outras providências. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12881.htm. Acesso em: 12 jul. 2018.

BUSHMAN, Robert M.; SMITH, Abbie J. Transparency, financial accounting information, and corporate governance. **FRBNY Economic Policy Review**, v. 9, n. 1, p. 65-87, 2003.

CARROLL, A. B. A three-dimensional conceptual model of corporate performance. **Academy of management review**, v. 4, n. 4, p. 497-505, 1979. DOI: <https://doi.org/10.2307/257850>.

CLARKSON, M. E. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. **Academy of Management Review**, v. 20, n. 1, p. 92-117, 1995. DOI: <https://doi.org/10.2307/258888>.

CORMIER, D.; MAGNAN, M. The economic relevance of environmental disclosure and its impact on corporate legitimacy: An empirical investigation. **Business Strategy and the Environment**, v. 24, n. 6, p. 431-450, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1002/bse.1829>.

_____; LEDOUX, M.; MAGNAN, M. The use of Web sites as a disclosure platform for corporate performance. **International Journal of Accounting Information Systems**, n. 10, p. 1-24, 2009. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2008.04.002>.

DAHLSTRUD, A. How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 15, n. 1, p. 1-13, 2008. DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.132>.

DEEGAN, C. Introduction: the legitimising effect of social and environmental disclosures-a theoretical foundation. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 15, n. 3, p. 282-311, 2002. DOI: <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>.

DHANANI, A.; CONNOLLY, C. Discharging not-for-profit accountability: UK charities and public discourse. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 25, n. 7, p. 1140-1169, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1108/09513571211263220>.

DONALDSON, T.; PRESTON, L. E. The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implications. **Academy of Management Review**, v. 20, n. 1, p. 65-91, 1995. DOI: <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271992>.

DUSUKI, A. W.; YUSOF, T. F. The pyramid of corporate social responsibility model: Empirical evidence from Malaysian stakeholder perspective. **Malaysian Accounting Review**, v. 7, n. 2, p. 29-54, 2008.

FIFKA, M. S. Corporate responsibility reporting and its determinants in comparative perspective: a review of the empirical literature and a meta-analysis. **Business Strategy and the Environment**, v. 9, n. 2, p. 50-67, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1002/bse.729>.

FREEMAN, R. E. **Strategic management: a stakeholder approach**. Boston: Pitman, 1984.

GALLEGO-ÁLVAREZ, I.; QUINA-CUSTODIO, I. A. Disclosure of corporate social responsibility information and explanatory factors. **Online Information Review**, v. 40, n. 2, p. 218-238, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1108/OIR-04-2015-0116>.

GALLOPIN, G C. Environmental and sustainability indicators and the concept of situational indicators. A system approach. **Environmental Modelling & Assessment**, v. 1, p. 101-117, 1996. DOI: <https://doi.org/10.1007/BF01874899>.

GANDÍA, J. Internet disclosure by nonprofit organizations: empirical evidence of nongovernmental organizations for development in Spain. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, v. 40, n. 1, p. 57-78, 2011. DOI: 10.1177/0899764009343782.

GAZZOLA, P.; RATTI, M.; AMELIO, S. CSR and sustainability report for nonprofit organizations: an Italian best practice. **Management Dynamics in the Knowledge Economy**, v.5, n.3, p.355-376, 2017. DOI 10.25019/MDKE/5.3.03.

_____; _____. Transparency in Italian non-profit organizations. **The Annals of the University of Oradea – Economic Sciences**, v. 23, n. 1, p. 123-133, 2014.

GLOBAL REPORTING INICIATIVE (GRI). **Normas GRI para relatórios de sustentabilidade**. 2016.

GODOI, M. H. P. C. **Brainstorming: como atingir metas**. São Paulo: INDG, 2004.

HANSMANN, H. B. The role of nonprofit enterprise. **The Yale Law Journal**, v. 89, n. 5, p. 835-902, 1980.

HASNAS, John. Whither stakeholder theory? A guide for the perplexed revisited. **Journal of business ethics**, v. 112, n. 1, p. 47-57, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1231-8>.

HEINK, U.; KOWARIK, I. What are indicators? On the definition of indicators in ecology and environmental planning. **Ecological Indicators**, v. 10, n. 3, p. 584-593, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2009.09.009>.

HOFMANN, M. A.; MCSWAIN, D. Financial disclosure management in the nonprofit sector: A framework for past and future research. **Journal of Accounting Literature**, 32, p. 61-87, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.acclit.2013.10.003>.

INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis**. São Paulo: Instituto Ethos, 2017.

ISLAM, M.A.; DEEGAN, C. Motivations for an organization within a developing country to report social responsibility information: evidence from Bangladesh. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 21, n. 6, p. 850-874, 2008. DOI: <https://doi.org/10.1108/09513570810893272>.

IUDÍCIBUS, S. **Teoria da contabilidade**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

_____; MARION, J. C. **Introdução à teoria da contabilidade**. 2. ed., São Paulo: Atlas, 2000.

KILIÇ, M. Online corporate social responsibility (CSR) disclosure in the banking industry: Evidence from Turkey. **International Journal of Bank Marketing**, v. 34, n. 4, p. 550-569, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2015-0060>.

LEE, R. L.; JOSEPH, R. C. An examination of web disclosure and organizational transparency. **Computers in Human Behavior**, v. 29, n. 6, p. 2218-2224, 2013. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.05.017>.

LINDBLOM, C. K. The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. In: **Critical Perspectives on Accounting Conference**, New York, 1994.

MENDONÇA, R. R. S. As dimensões da responsabilidade social: uma proposta de instrumento para avaliação. In: **Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades**. São Paulo: Petrópolis; Instituto Ethos, v. 2, p. 203-231, 2003.

MICHELON, G. Sustainability disclosure and reputation: A comparative study. **Corporate Reputation Review**, v.14, n. 2, p. 79-96, 2011. DOI: <https://doi.org/10.1057/crr.2011.10>.

O'DONOVAN, G. Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 15, n. 3, p. 344-371, 2002. DOI: <https://doi.org/10.1108/09513570210435870>.

OLIVEIRA, A. M. S.; FARIA, A. O.; OLIVEIRA, L. M.; ALVES, P. S. L. G. **Contabilidade internacional: gestão de riscos, governança corporativa e contabilização de derivativos**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

OLIVEIRA, D. D. P. R. D. **Governança corporativa na prática: integrando acionistas, conselho de administração e diretoria executiva na geração de resultados**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

ORGANIZAÇÃO PARA COOPERAÇÃO E DESENVOLVIMENTO ECONOMICA. **Princípios de governança corporativa da OCDE**. OECD Publications Service, Paris, France, 2004.

ORTAS, E.; GALLEGO-ALVAREZ, I.; ETXEBERRIA, I. A. Financial factors influencing the quality of corporate social responsibility and environmental management disclosure: A quantile regression approach. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 22, n. 6, p. 362-380, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.1351>.

PARMAR, B. L. et al. Stakeholder theory: the state of the art. **The Academy of Management Annals**, v. 4, n. 1, p. 403-445, 2010.

PERLIN, A. P. et al. Indicadores de sustentabilidade da indústria de cortiça portuguesa. **Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão**, v. 12, n. 3, 2013.

REMPEL, R. S.; ANDISON, D. W.; HANNON, S. J. Guiding principles for developing an indicator and monitoring framework. **The Forestry Chronicle**, v. 80, n. 1, p. 82-90, 2004. DOI: <https://doi.org/10.5558/tfc80082-1>.

SEIBERT, R. M.; MACAGNAN, C. B. **Responsabilidade social: a transparência das Instituições de Ensino Superior Filantrópicas**. Novas Edições Acadêmicas, 2017.

_____. Disclosure of community Institutions of Higher Education: a study in the perspective of stakeholders. **Contextus Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v. 13, n. 2, p. 176-209, 2015.

SHOCKER, A. D.; SETHI, S. P. An approach to incorporating societal preferences in developing corporate action strategies. **California Management Review**, v. 15, n. 4, p. 97-105, 1973.

SILVA, R. C. F. et al. As boas práticas de governança: um estudo sobre a transparência e prestação de contas nas OSCIPs do RS. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, v. 9, n. 3, p. 24-44, 2015. DOI: 10.5773/rgsa.v9i3.1104.

SILVA, R. C. F.; SEIBERT, R. M. **Evidenciação das Informações das OSCIPs: Uma análise dos princípios de governança – transparência, prestação de contas e responsabilidade social**. Novas Edições Acadêmicas, 2018.

_____; _____. Responsabilidade social: relatórios e indicadores de evidenciação para OSCIPs a partir da perspectiva dos stakeholders. **Revista GESTO**, v. 5, n. 3, p. 105-122, 2017. DOI: 10.20912/2358-0216/v5i3.2440

SUCHMAN, M. C. Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. **Academy of management review**, v. 20, n. 3, p. 571-610, 1995.

TAROZZI, M. **O que é a Grounded Theory?** Metodologia de pesquisa e de teoria fundamentada nos dados. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

UNITED NATIONS. **Guidance on corporate responsibility indicators in annual reports**. New York; Geneva: United Nations, 2008.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

YUSOFF, H.; LEHMAN, G.; NASIR, N. M. Environmental engagements through the lens of disclosure practices: A Malaysian story. **Asian Review of Accounting**, v. 14, p. 122-148, 2006. DOI: <https://doi.org/10.1108/13217340610729509>.

ZAINON, S.; ATAN, R.; WAH, Y. B. An empirical study on the determinants of information disclosure of Malaysian non-profit organizations. **Asian Review of Accounting**, v. 22, n. 1, p. 35-55. DOI 10.1108/ARA-04-2013-0026.