



A ATUAÇÃO DO RELATO INTEGRADO NAS EMPRESAS BRASILEIRAS: UM ESTUDO COMPARATIVO SOBRE A FORMA DE DIVULGAÇÃO DO RI ENTRE OS DOIS MAIORES BANCOS PRIVADOS NACIONAIS

ROBERTA CRISTINA DA SILVA*

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP

Mestranda na Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP.

FERNANDO DE ALMEIDA SANTOS

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP

Pós Doutorando em Ciências Contábeis - PUC/SP.

NEUSA MARIA BASTOS FERNANDES DOS SANTOS

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP

Doutorado em Controladoria e Contabilidade - Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo, FEAUSP.

RESUMO

Este artigo procurou analisar a maneira como é realizada a divulgação das informações que compõem o Relato Integrado. Tal demonstrativo figura como instrumento de comunicação sobre a transparência e as políticas empresariais de sustentabilidade. Apesar da divulgação do RI não ser obrigatória, atualmente 62 países são aderentes com mais de 1.600 empresas realizando suas publicações, sendo que no Brasil, 120 empresas já aderiram. O relato integrado trata-se de uma comunicação coesa acerca de como as empresas relacionam-se com seus recursos e o meio ambiente onde se encontram inseridas. O estudo realizado tem caráter comparativo e, a delimitação ocorreu mediante a escolha dos dois maiores bancos nacionais privados: Itaú Unibanco e Bradesco. Tal escolha se deu mediante as posições de destaque ocupadas por ambos em diversos *rankings* que medem desempenho e atuação de mercado. Uma análise comparativa entre tais empresas, ao que tange às diferenças e semelhanças na forma de divulgação de três aspectos especificamente: seus capitais, sua criação de valor e seus planos estratégicos. O estudo conseguiu identificar diferenças nos três quesitos abordados. O Itaú traz nos três âmbitos uma maior riqueza de detalhes, apesar de seu relato ser sumariamente menor que o do Bradesco. Tal circunstância evidencia perfis diferentes para empresas do mesmo porte, mesmo segmento e com destaque mundial. Elucida-se que tal identificação apenas indica uma diferenciação quanto ao perfil e escolhas internas dos bancos quanto aos valores que escolhem para divulgar com maior evidência. **Palavras-chave:** Relato integrado; Sustentabilidade; Bancos privados; Evidenciação.

THE OPERATION OF THE INTEGRATED REPORT IN BRAZILIAN COMPANIES: A COMPARATIVE STUDY ON THE WAY RI IS DISSEMINATED AMONG THE TWO LARGEST NATIONAL PRIVATE BANKS

ABSTRACT

This article sought to analyze the way in which the information that makes up the Integrated Report

*Autor para correspondência / Author for correspondence / Autor para la correspondencia:
Roberta Cristina da Silva - robertasilvact@gmail.com

Data do recebimento do artigo (received): 27/05/2019
Data do aceite de publicação (accepted): 29/07/2019

Desk Review
Double BlindReview

is carried out. This statement is an instrument of communication on transparency and corporate sustainability policies. Despite the fact that RI is not mandatory, 62 countries are now members with more than 1,600 companies making their publications, and in Brazil, 120 companies have joined. The integrated report is a cohesive communication about how companies relate to their resources and the environment in which they are inserted. The study was conducted in a comparative manner, and the delimitation occurred through the selection of the two largest private national banks: Itaú Unibanco and Bradesco. Such choice was made by the prominent positions occupied by both in several rankings that measure performance and market performance. A comparative analysis between such companies, regarding the differences and similarities in the way of disclosure of three specific aspects: their capitals, their creation of value and their strategic plans. The study was able to identify differences in the three questions addressed. Itaú brings a greater wealth of detail in all three areas, although its report is summarily smaller than that of Bradesco. This circumstance shows different profiles for companies of the same size, even segment and with worldwide prominence. It is understood that such identification only indicates a differentiation as to the profile and internal choices of the banks as to the values they choose to divulge more clearly.

Keywords: Integrated reporting; Sustainability; Private banks; Disclosure.

I. INTRODUÇÃO

Este artigo aborda o Relato Integrado (RI) perante seus principais aspectos, em busca de elucidação acerca do tema ainda pouco pesquisado, bem como, sobre a questão de transparência e de sua atuação para as empresas que o adotam.

Segundo Balardim (2017, 14):

Para o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, a governança corporativa é o sistema que as empresas e demais organizações são dirigidas, monitoradas e incentivadas, envolvendo os relacionamentos entre sócios, conselho de administração, diretoria, órgãos de fiscalização e controle e demais partes interessadas.

Campos (2006) evidencia que tais relacionamentos necessitam de relatórios que evidenciam não só as ocorrências empresariais, mas também a ética e conduta adotadas pela Contabilidade. As relações entre as empresas e as sociedades em que estejam inseridas atualmente, ao preocupar-se com questões que estão além dos números, ao observar outros âmbitos, tais como o social e o ambiental.

Balardim (2017), afirma que o relato integrado não é apenas um relatório, mas uma integração de informações de cunho financeiro e não financeiro, que resultam de maneira tal como os recursos foram utilizados. Recursos estes, que para o relato integrado tem classificação bem delimitada.

Diante de tais aspectos, surge a seguinte questão: há alguma diferenciação quanto a forma de divulgação por empresas similares?

O objetivo geral desta pesquisa é verificar se o relato integrado traz tendências ou características quanto a perfil da empresa que o emite.

Os objetivos específicos são:

- Observar se há diferenças nas divulgações feitas por empresas similares;
- Identificar os aspectos que recebem maior ênfase no relato integrado;
- Verificar se os planos estratégicos condizem com a realidade da empresa, no sentido de que se relacionam ou não com as informações apresentadas pelo Relato Integrado.

Este estudo delimitou-se aos dois maiores bancos privados brasileiros: Itáú Unibanco e Bradesco, que ocupam posições de destaque em alguns *rankings* (listas de classificação) no âmbito mundial (FORBES, 2018).

Esta pesquisa justifica-se pela amplitude que vem tomando o Relato Integrado nos mais variados países e setores de negócios ao aliar informações financeiras e não financeiras objetivando não apenas demonstrar ética e transparência, mas também por meio disto agregar valor à companhia, ampliar o mercado e alargar relações com partes interessadas além de analisar quais são os planos estratégicos futuros por estes entes com o intuito de entender como se operacionalizam e porque ocupam posições de destaque nos *rankings*.

A economia está mudando no âmbito mundial e os métodos utilizados atualmente para critérios de avaliação e divulgação ainda não se adaptaram a este novo ritmo, sendo o Relato Integrado uma ferramenta útil para o forçamento de uma perspectiva mais abrangente e histórica desse valor.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Os demonstrativos contábeis têm como propósito muito além de apresentar as situações financeira e econômica, evidenciar a transparência e práticas utilizadas em suas operações para demonstrar a ética empresarial objetivando a consolidação da marca no mercado em que atua. Segundo Ludícibus e Marion (2018, p.7):

Essas informações são imprescindíveis para que o usuário possa tomar conhecimento sobre os planejamentos estratégicos da empresa, visão de futuro, informações adicionais sobre o ambiente externo e interno que impactaram ou poderão impactar o seu desempenho financeiro. Destaca-se que critérios como objetividade, clareza e fidedignidade na divulgação dessas informações são essenciais para evitar o que o usuário seja sugestionado a tomar decisões erradas.

Sobre o comprometimento das organizações perante a transparência e a divulgação de seus resultados, Balardim (2017) discorre que são extremamente importantes para atender as necessidades dos usuários externos nas vertentes econômica, social e ambiental. Para tanto, a governança corporativa é um grande desafio da gestão atual há mais de vinte e cinco anos e não trata-se de modismo, pois têm seus princípios embasados na busca de crescimento econômico e a integração global dos mercados, sendo este o pilar fundamental para o controle dos riscos de investimentos nas empresas de capital aberto.

2.1. RELATO INTEGRADO

O RI trata-se de uma inovação do relatório corporativo habitualmente apresentado pelas empresas. Sua estrutura permite melhor articulação estratégica em busca de investidores a longo prazo, com foco na concisão, relevância estratégica e orientação futura. Melhora a qualidade das informações apresentadas que resulta em benefícios tangíveis, condicionando-os ao pensamento integrado, por trazer a possibilidade do entendimento sobre os fatores que implicam de forma material a capacidade da empresa em gerar valor ao longo do tempo. Tal vertente pode levar a melhorias do desempenho empresarial como um todo por meio de alterações comportamentais (KING, 2015).

Segundo Balardim (2017, p.35), "o Relato Integrado é uma comunicação concisa sobre estratégia, governança, desempenho e perspectivas de uma organização no contexto de seu ambiente externo, levando a criação de valor no curto, médio e longo prazo".

O demonstrativo tem foco na evidenciação das estratégias socioambiental, financeira e econômica. Segundo Almeida (2002), apesar de uma longa jornada pela frente, encontra-se de

maneira consolidada o conceito de desenvolvimento sustentável ao alcançar de maneira indissolúvel nos âmbitos econômico, social e ambiental devido às ações humanas.

O surgimento do RI se deu pela necessidade de maior transparência e de uma prestação de contas mais clara. Druckman (2013) afirma que na crise financeira global, a qual afetou os mercados de capitais mundiais, surge a intitulada nova economia ortodoxa, com foco em diversificadas maneiras de pensar e fazer negócios embasados nos pilares da governança corporativa e em relatórios estruturalmente que contribuam para figurarem como chamariz para investimentos internos e consigam manter um comportamento constante diante das mudanças ocorridas.

Sua origem ocorreu no ano de 2010, por meio da conjunção global entre reguladores, investidores, empresas, contadores, organizações não governamentais, entidades normativas, denominada: *International Integrated Reporting Council* - IIRC, com foco principal em promover comunicação acerca da criação de valor fundamentado de que tal prática contribuiria para a evolução da comunicação nas organizações (CBARI, 2018).

Segundo a Comissão Brasileira de Acompanhamento do Relato Integrado (CBARI, 2018), o RI tem como principais objetivos:

- melhorar a qualidade das informações aos fornecedores do capital financeiro, possibilitando deste modo, uma melhor alocação produtiva e também eficiente deste capital;
- propiciar abordagem mais coesa e efetiva para os relatórios corporativos, com a junção de vários relatórios internos responsáveis pela comunicação dos inúmeros fatores que influem de forma material a capacidade de geração de valor ao longo do tempo;
- assegurar uma melhora na prestação de contas e a gestão para uma ampla base de capitais considerados no RI: financeiro, manufaturado, intelectual, humano, social e de relacionamento e, naturais, promovendo suas interdependências;
- oferecer suporte que integre pensamento, tomada de decisão e ações que influem na criação de valor sobre os curto, médio e longo prazos.

O RI tem como fundamentos a seguinte divisão: os capitais, o modelo de negócio e a criação de valor. Os capitais são os financeiros, manufaturados, intelectuais, humanos, sociais e de relacionamento e naturais, já quanto ao modelo, observam-se os mais variados, visto as numerosas variâncias internas. Já a criação de valor no decorrer do tempo, abrangendo o curto, médio e longo prazo (CBARI, 2018).

Segundo Balardim (2017, p.36), “os capitais utilizados pelas empresas apresentam-se como repositórios de valor que aumentam e diminuem ou se transformam por meio de atividades e produtos da organização”.

Para Bellen (2005), o conceito de desenvolvimento sustentável, surge após um longo processo, sendo complexo e elaborado continuamente mediante reavaliação crítica da relação entre a sociedade e o meio natural e, apresentar progresso neste contexto é uma escolha da sociedade, das organizações, de toda a comunidade e do indivíduo, conduzindo o envolvimento de todos.

Observa-se que interessados em questões como o desempenho ambiental, social e ético aumentou significativamente, visto as ocorrências mundiais nos últimos tempos. Tal aumento é percebido por meio de uma maior apresentação de relatórios acerca de sustentabilidade, que promovem maior transparência às empresas que os divulgam, tendo em vista o interesse em comunicar aspectos não monetários da gestão e desempenho da empresa (ERNEST E YOUNG, 2009).

Sobre a divisão dos capitais Carvalho e Kassai (2014) discorrem que traz as delimitações e especificações pertinentes. O capital financeiro compreende investimentos ou ativos operacionais necessários à atividade operacional e, os fundos disponíveis para a utilização na produção de bens ou na prestação de serviços obtidos pelo financiamento, como dívidas, ações ou subsídios; ou gerados por operações de investimentos. Já o capital manufaturado engloba os bens tangíveis, objetos físicos fabricados, disponíveis para uma organização usar na produção de bens ou na prestação de serviços. O capital manufaturado é muitas vezes criado por outras organizações, mas inclui ativos fabricados pela organização que está elaborando o relatório quando são retidos para

uso próprio. Capital humano trata-se do conjunto de competências, capacidades, experiências e motivações dos colaboradores para buscar melhoria contínua na atividade operacional. O capital intelectual é a base do conhecimento em posse da empresa e a capacidade da empresa em mantê-lo e expandi-lo, com intangíveis baseados no conhecimento. O quinto capital é o social e de relacionamento composto por instituições e relações estabelecidas dentro e fora do mercado, tais como fornecedores, clientes, funcionários, parceiros e tem foco no alinhamento entre ética e transparência. E por último, o capital natural que conta com os recursos da natureza de posse da empresa e, os recursos ambientais renováveis, questão de extrema relevância, inclusive com legislações brasileiras específicas.

O Relato Integrado é tido como inovação no mundo corporativo por identificar aspectos não financeiros que contribuem e influem na criação de valor da empresa, fato que não ocorria no passado. Segundo Morros (2016), o RI demonstra como a entidade vai prospectar em curto, médio e longo prazos, e determina observar além do lucro financeiro, por procurar identificar o que cria valor e o que representa risco para o mesmo. É muito mais que reunir relatórios financeiros e de sustentabilidade, pois necessita de uma maneira efetivamente diferente de pensar acerca dos aspectos que fazem ou contribuem para uma organização ser bem-sucedida.

De acordo com Ruiz e Tirado (2016), o mundo cada vez mais globalizado é caracterizado por recursos limitados e as empresas dos mais variados tipos se juntam ao IIRC, que reconhece o RI como o caminho de comunicação sobre a criação de valor e a contribuição sustentável para as partes interessadas.

Segundo Zaro (2015, p.27):

O relato integrado não é apenas uma forma de estruturação do relatório, mas um modo de refletir as práticas de gestão integrada da empresa e processo de tomada de decisão que leva em consideração os impactos sobre os recursos que utiliza.

Outra vertente que se faz necessário diferenciar é sobre as palavras: relato e relatório. O relatório segundo o dicionário Aurélio é uma exposição escrita em que se descrevem todos os fatos de uma gerência, os dados colhidos numa sindicância, os trabalhos de uma comissão etc. Já o relato possui uma escrita mais pessoal, auto reflexiva. O relato evidencia a autoria do produtor por meio de descrição e análise dos fatos vividos pelo mesmo, no ambiente onde estava, suas interações e observações (JACOBINI, 2011).

Ferreira (2017) acredita que relatório e relato são costumeiramente assemelhados entre si, visto a aproximação vocabular, porém que há distinções significativas quanto suas essências. O relatório é vislumbrado em manuais de escrita sem muitos detalhamentos, apesar de possuir diversas estruturas. Os objetivos e atividades atendidas são a título de exemplificação: relatórios empresariais, de rotina, cadastro entre outros. Generalizando, trata-se de um texto objetivo, impessoal e neutro.

Infere-se indicativos acerca de que investidores com perspectivas de longo prazo são atraídos por empresas que praticam a demonstração de suas informações de maneira integrada. Em contrapartida, há uma tendência para os investidores operantes no curto prazo. Portanto, investimentos nas empresas que divulgam o RI podem ser traduzidos como incentivo às práticas sustentáveis, o que agrega valor às companhias e aos seus *stakeholders*. A procura por mais transparência e informações não financeiras afetam as empresas para que estas desenvolvam estratégias sustentáveis ao longo prazo para que influam no desempenho significativo, agindo de forma contributiva ao mercado financeiro (SERAFEIN, 2015).

Segundo Baboukardos e Rimmel (2016), há evidências que indicam que os relatórios sustentáveis apresentados voluntariamente pelas empresas têm impacto direto sobre a avaliação de mercado da entidade e indiretamente impacta a relevância do valor contábil sobre seus ganhos.

Tais estudos respondem ao IIRC, quanto sua postura acerca de que a adoção do RI melhora e torna mais útil a informação financeira para os investidores.

2.2 Global Report Initiative (GRI)

O *Global Report Initiative* - GRI, em português: relato global intencional, trata-se da organização que produz padrões confiáveis e amplamente utilizados para o relatório de sustentabilidade, os Padrões GRI que permitem às empresas medir e compreender seus impactos mais críticos no meio ambiente, na sociedade e na economia. Fundada em Boston em 1997, tem sua raiz nas organizações sem fins lucrativos nos EUA, com caráter independente que colabora no sentido de entendimento e comunicação sobre impactos empresariais para as questões sustentáveis, tais como alterações climáticas, direitos humanos, corrupção entre outros (GRI, 2017).

Para Silva (2014), o GRI é o grande responsável pela estrutura dos relatórios de sustentabilidade mundialmente, proporcionando transparência organizacional ao incluir diretrizes e ao promover o estabelecimento de princípios e indicadores para que as organizações possam medir e evidenciar os desempenhos econômico, ambiental e social. Ainda forma parceria estratégica global com algumas organizações, tais como, a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD), Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (UNEP), e com o Pacto Global das Nações Unidas (UNGC).

Balardim (2017) afirma que há ainda para as diretrizes conexões com o *The Earth Charter Initiative*, Corporação Financeira Internacional, Organização Internacional para Padronização e com a Conferência das Nações Unidas sobre o Comércio e Desenvolvimento. A UniEthos, o Núcleo de Estudos em Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas (GVces) e o Núcleo Oficial de Colaboração do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente.

Após a confecção do relatório de sustentabilidade, a empresa pode autodeclarar um nível para seu relatório. A GRI possibilita que a empresa relatora realize sua própria avaliação face ao desempenho do conteúdo relatado e, para tanto desenvolveu diretrizes objetivando proporcionar aos *stakeholders* padrões de identificação (GRI, 2017).

Zaro (2015) observa que após o lançamento mundial da minuta do Relato Integrado em 2013, mais de cem empresas em todo o mundo haviam se candidatado em busca da participação no projeto piloto e, neste mesmo período já existiam divulgações no Brasil de grandes empresas pelas normas GRI.

2.3. ESTUDOS ANTERIORES

Ainda que recente, o Relato Integrado, já foi adotado por muitas empresas que vislumbram em tal demonstrativo propósitos significativos e úteis para a comunicação entre as partes interessadas e resultados tangíveis quanto ao retorno por parte de investidores que optam por empresas aderentes a emissão do RI, inferindo-se deste modo, maior transparência e melhor prestação de contas com informações disponibilizadas de forma melhorada. Perante esta realidade, muitos autores já pesquisaram sobre o assunto e seus aspectos pertinentes e elaboram suas pesquisas a fim de averiguar e conhecer as relações existentes entre questões tão importantes atualmente para o mundo globalizado, em que as empresas se encontram inseridas, como as de sustentabilidade e sociais, almejando assim, maior evidência dos aspectos do RI quanto à sua essência e função. Observa-se na tabela 1, alguns destes estudos:

Tabela 1.
Pesquisas Anteriores - Relato Integrado.

AUTOR	PRODUÇÃO	ANO
Fernando de Almeida Santos	Livro: O bom negócio da sustentabilidade	2002
Wesley Paulo Santos, Raimundo Nonato Rodrigues e Luiz Carlos Miranda	Artigo: Um estudo do posicionamento adotado pelos stakeholders sobre a materialidade e a responsabilização das informações contidas no Relato Integrado	2018
Rudimar Baldissera e Isaura Mourão	Artigo: Comunicação organizacional para a sustentabilidade: os relatórios de sustentabilidade GRI	2015

AUTOR	PRODUÇÃO	ANO
Beat Burgenmeier	Livro: Economia do desenvolvimento sustentável	2005
Nathália Oliveira Peixoto e Vidigal Fernandes Martins	Artigo: Relato Integrado e a convergência com realtórios de sustentabilidade: um estudo em empresas brasileiras	2015
Nelson de Carvalho e José Roberto Kassai	Artigo: Relato Integrado, a nova revolução contábil	2014
IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa	Artigo: <i>Relatório integrado ressalta geração de valor da companhia</i>	2018
Adriana Rodrigues Balardim	Dissertação: Relato Integrado: uma validação das diretrizes do Global Reporting Initiative nas empresas listadas no índice de sustentabilidade empresarial da Brasil, Bolsa e Balcão	2017
Hans Michael Van Bellen	Dissertação: Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa	2002
Jordi Morros	Artigo: The integrated reporting: a presentations of the current state of art and aspects of integrated reporting that neede further developmment	2016
George Serafeim	Artigo: Integrated reporting and investidor cliente	2015

Fonte: elaborado pelos autores

3. METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste artigo compreendeu a pesquisa descritiva explicativa que tem por objetivo averiguar as relações que existem para inferir a determinação da natureza destas circunstâncias e suas relações. A pesquisa explicativa explica fenômenos mediante os aspectos que são abordados com a intenção de identificar os fatos existentes que corroboram para explicar estes fenômenos; tal metodologia busca explicar o porquê das coisas, fundamentalmente estabelecida pela observação e reconhecimento da realidade (GIL, 2010).

Segundo Severino (2010), a pesquisa explicativa, promove o registro e a análise dos fenômenos abordados, identificando suas causas por meio de aplicação de métodos experimentais e matemáticos, ora por interpretação quantitativa, ora por observação qualitativa.

Para os meios utilizados, utilizou-se a pesquisa documental por meio do Relato Integrado emitido pelos bancos. (ANDRADE, 2010).

Concomitantemente, há a realização da análise de conteúdo, que trata-se do agrupamento de instrumentos metodológicos cada vez mais aprofundados, que se aperfeiçoam e são aplicados a discursos os mais diversificados possíveis (BARDIN, 2010).

Segundo Pereira (2004), o dado qualitativo é uma forma de quantificar o evento qualitativo que oferece normatização atribuindo caráter objetivo ao que se observa, sendo uma alternativa que se ocupa da investigação qualitativa por meio de referenciais teóricos menos restritivos que permite a manifestação subjetiva do olhar do pesquisador.

Ainda sobre a abordagem qualitativa, Triviños (2017, p.126) elucida:

Alguns autores, pensando exclusivamente na pesquisa qualitativa de natureza fenomenológica, expressam que ela não se preocupa nem subsidiariamente das “causas”, nem das “consequências” da existência dos fenômenos sociais, mas das características deles, já que sua função principal é descrever. Seriam perguntas típicas para esta classe de pesquisa, algumas como as que a seguir se indicam: “- Que formas apresentam o fenômeno que estudo?” ;“- Que variações encontramos neste fenômeno?”

Martins e Theóphilo (2009) afirmam que o planejamento e a execução de trabalhos de campo necessitam do olhar do pesquisador, onde ocorre a interação do investigador com os sujeitos da pesquisa. Deste modo, não se pode desconsiderar a observação como uma das técnicas de coleta de informações, dados e evidências. Aliás, na maioria dos estudos dessa natureza, tudo inicia-se pela observação atenta do objeto que se pretende investigar.

Andrade (2010) destaca que quanto ao método de procedimento que devem se adequar a cada área de pesquisa, visto seu caráter específico, foi utilizado o método comparativo que se operacionaliza mediante comparações que têm por finalidade averiguar semelhanças e explicar diferenças. Tal método pode ser usado para comparar grupos no passado, no presente ou entre ambos os períodos, ainda sobre sociedades de iguais ou diferentes estágios quanto ao seu desenvolvimento.

4. EMPRESAS SELECIONADAS

Os bancos Itaú Unibanco e Bradesco classificam-se como os dois maiores bancos privados do Brasil, segundo o *ranking* intitulado “Valor 1000-2018” elaborado pelo Jornal Valor Econômico onde elenca as mil maiores empresas brasileiras no ano de 2018. O ranking pode ser visualizado por categorias, dentre as quais têm-se: “Os 100 Maiores Bancos”, cuja lista aponta em primeiro lugar o Itaú Unibanco e o Bradesco na quarta colocação, ficando atrás do Banco do Brasil de economia mista que ocupa o segundo lugar e da Caixa Econômica Federal que trata-se de ente público e figura na terceira posição.

Já a Revista Forbes apresenta a 16ª lista anual da Forbes Global 2000 composta por empresas de capital aberto de 60 países. Conjuntamente, as empresas que compõem o *ranking* representam US\$ 39,1 trilhões em vendas, US\$ 3,2 trilhões em lucro, US\$ 189 trilhões em ativos e US\$ 56,8 trilhões em valor de mercado. Todas as métricas aumentaram em dois dígitos ano a ano, com lucros impressionantes na faixa de 28%. Os bancos escolhidos para este estudo também figuram nesta lista, em posições privilegiadas que inferem a imponência de seus grupos e patrimônios. O Itaú ocupa a posição de número 45ª e o Bradesco a de 65ª, apenas a título de comparação, neste elenco o Banco do Brasil ocupa posição distanciada no 140º lugar (FORBES, 2018).

A Revista Exame de abril de 2017, apresenta um *ranking* acerca do valor de mercado das empresas brasileiras mais valiosas. O Itaú ocupa a segunda posição com o valor de R\$ 227,24 bilhões enquanto o Bradesco vem no terceiro lugar com valor total de R\$ 181,03 bilhões, perdendo apenas para a AMBEV com valor de R\$ 295,76 bilhões que ocupa a posição de número um (EXAME, 2017).

Os *rankings* analisados corroboram para a escolha dos objetos de estudo para este artigo, por apresentarem características semelhantes, visto que são empresas privadas, do mesmo setor e porte.

O Itaú Unibanco é o maior banco privado do Brasil e, uma das maiores empresas do mundo, segundo o *ranking* da Forbes, levando em conta certos atributos, como por exemplo, negócios gerados, ativos e valor de mercado. Com 91 anos de história e tradição, hoje, o quadro de colaboradores conta com mais de noventa mil, quase sessenta milhões de clientes e mais de cento e vinte mil acionistas. Muito além de ser uma empresa consolidada no mercado desenvolve vários programas e campanhas em busca de inovação e amplitude de alcance. No ano de 2017, o Itaú Unibanco teve R\$ 24,9 bilhões de lucro líquido recorrente e gerou um valor de R\$ 67,2 bilhões para a sociedade, valores que auxiliam a movimentar a economia do país, bem como a estimular o poder de transformação de milhares de pessoas. Com 74,8 milhões de contas-correntes administradas e 7 milhões de usuários do aplicativo para celular. (ITAÚ UNIBANCO, 2018)

O Bradesco é um dos maiores grupos financeiros do país, com sólida atuação destinada aos seus usuários desde o ano de 1943. Segundo sítio próprio, oferece excelência na prestação de seus serviços e é tido como um dos melhores administradores de recursos no mercado, com resultados decorrentes da construção em bases sustentáveis. Tem como missão contribuir para a realização das pessoas e para o desenvolvimento sustentável, mediante a oferta de soluções, produtos e serviços financeiros e de seguros, amplamente diversificados e acessíveis. Com R\$ 5,0 bilhões de lucro líquido

do, R\$ 1,356 trilhões de ativos, R\$ 115,6 bilhões de patrimônio líquido e R\$ 2,0 trilhões de recursos captados e administrados, figura como o segundo maior banco privado brasileiro (BRADESCO, 2018).

Tais números certificam as posições de destaque que alcançaram nos mais variados *rankings*, além de atestar a solidez de ambos no mercado financeiro. Construídos sobre bases sus.

5. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Perante as diretrizes e os objetivos do Relato Integrado, os critérios definidos para análise de conteúdo deste estudo são três:

1. Comparar a maneira como os bancos apresentam os seis capitais;
2. Verificar como é a divulgação da criação de valor pelos dois bancos;
3. Análise dos planos estratégicos.

O RI analisado para ambos é o do ano de 2017 e a investigação refere-se aos planos estratégicos futuros abordados no relato de cada banco que permeiam e inferem que corroboram para as posições de destaque que ambas as empresas ocupam atualmente, não só em nível nacional, mas no cenário mundial. O RI-2017 do Bradesco foi validado pela auditora KPMG Overall Coordination, já o RI-2017 do Itaú pela PricewaterhouseCoopers.

Inicialmente observa-se uma diferença quanto ao tamanho do documento emitido, visto que o Relato Integrado do Itaú possui sessenta e nove páginas e o do Bradesco apresenta um total de 204 páginas, sugerindo assim inicialmente, um maior detalhamento por parte do banco Bradesco.

A tabela 2 apresenta os indicadores conforme os 6 capitais do Relato Integrado:

Tabela 2.
Apresentação dos capitais.

CAPITAIS	ITAÚ	BRADESCO
Financeiro	Composto por recursos financeiros disponíveis ou alocados nos negócios, próprios ou de terceiros, obtidos na forma de produtos ou serviços financeiros, tais como, crédito, aplicações, depósitos e captações, investimentos e operações com seguros, previdência e capitalização.	- Ativos totais de R\$ 1.298 trilhões; - Patrimônio líquido de R\$ 110,4 bilhões;
Manufaturado	Formado por equipamentos tangíveis e instalações físicas, como agências, caixas eletrônicos, aplicativos e sistemas de tecnologia que são próprios, arrendados ou sob o controle do banco utilizados na oferta dos serviços e na gestão dos negócios.	- Rede de atendimento: presença em todos os municípios do país; - Estrutura tecnológica: 95% das transações pelos canais digitais, como por exemplo, internet, mobile e telebanco;
Humano	Composto pelos colaboradores e suas habilidades, experiências, motivações para inovar, desenvolver e melhorar processos, produtos e serviços, de forma ética e responsável por meio da meritocracia, liderança e colaboração.	- Cultura organizacional; - 98,9 mil funcionários;
Intelectual	Composto pela reputação conquistada pela marca Itaú, pela propriedade intelectual e pela capacidade do desenvolvimento de novas tecnologias, produtos e serviços, que geram vantagens competitivas e visam à perpetuidade dos negócios.	- Inovação; - Propriedade intelectual; - Ferramentas de conhecimento e relacionamento com o cliente; - Valor da marca e reputação;

CAPITAIS	ITAÚ	BRADESCO
Social e de Relacionamento	Estruturado pelo relacionamento com base na ética e transparente com acionistas, clientes, colaboradores, governo, órgãos reguladores e fornecedores, essenciais para a manutenção dos negócios e da licença social. Reflete a capacidade de compartilhar valor e aprimorar o bem estar individual e coletivo.	- 70 milhões de clientes com operações, produtos e serviços ativos; - 358 mil acionistas e investidores; - Fornecedores e parceiros de negócios;
Natural	Composto por recursos naturais renováveis e não renováveis, consumidos ou afetados para a prosperidade do negócio. São: ar, água, terra, minério, florestas e biodiversidade.	- Água, energia e qualidade do ecossistema;

Fonte: Dados da pesquisa. Baseado nos relatos integrados do Itaú e Bradesco.

Há algumas semelhanças entre a divulgação dos bancos para os capitais contemplados pela estrutura do RI, como por exemplo, para o capital intelectual acerca da menção de dois aspectos: reputação e a marca já consolidada de ambos.

No entanto, observa-se uma diferença quanto ao estilo textual, visto que o Bradesco apresenta as informações em tópicos, de maneira sucinta enquanto o Itaú traz riqueza de detalhes quanto aos itens apresentados, evidenciando características minuciosas de cada um dos seis capitais contemplados pela estrutura do Relato Integrado, indicando assim maior desvelo ao discorrer de forma detalhada e de fácil compreensão incluindo neste sentido os leigos às questões empresariais, visto que o RI encontra-se em site próprio e com acesso sem restrições, a qualquer um que possuir interesse em observar a divulgação da organização.

A tabela 3 apresenta a composição dos relatos integrados:

Tabela 3: Composição dos relatos integrados em quantidade de páginas.

CAPITAIS	ITAÚ		BRADESCO	
	QTDE DE PÁGINAS	%	QTDE DE PÁGINAS	%
Financeiro	6	8,70	40 ¹	19,61
Manufaturado	1	1,45	7 ²	3,43
Humano	4	1,96	-	-
Intelectual	2	2,90	-	-
Social e de Relacionamento	6	8,70	47 ³	23,04
Natural	1	1,45	17 ⁴	8,33

¹ intitulado de “desempenho econômico-financeiro”, ² intitulado de “tecnologia e inovação”, ³ intitulado de “stakeholders”, ⁴ intitulado de “sustentabilidade”.

Fonte: elaborado pela autora.

A tabela 3 mostra de que forma os bancos evidenciam seus capitais, mediante a quantidade de páginas atribuídas individualmente para cada um. Observa-se maior detalhamento feito pelo Bradesco aos capitais “financeiro” e “social e de relacionamento”, porém com certa discrepância, visto que os capitais “humano” e “intelectual”, não possuem nenhuma página direcionada aos mesmos, enquanto os dois primeiros trazem consigo grande destaque em totalidade de páginas.

O capital financeiro ocupa um total de quarenta páginas, implicando assim em um quesito de grande relevância para a postura do banco no ato de divulgá-lo e o capital social e de relacionamento com um montante de páginas ainda superior, totalizando 47. Percentualmente há 42,65% do relatório que tem um total de 204 páginas representado por apenas dois capitais: o financeiro e o capital social e de relacionamento. Deste modo, pode-se inferir que tais capitais possuem maior relevância e/ou possuem maior significação quanto às atividades desenvolvidas, o modelo de gestão, metas e projetos, entre outros aspectos.

Segundo Bardin (2010), o analista mediante o tratamento que faz das mensagens, infere, ou seja, faz se dedução de maneira lógica, mediante o conhecimento que possui sobre o emissor da mensagem ou o seu meio. No caso do Bradesco e dos aspectos apresentados, infere se que tais capitais são evidenciados por motivos internos.

Já Triviños (apud Lofland, 2017, p. 127):

O fenômeno social deixa de ser vago e o pesquisador pode-se perguntar: “Quais são as características, variações e formas que assumem os atos, atividades, significados, participação, dentro da situação educacional que estudamos e como esta se manifesta em geral?”.

Em contrapartida, o Itaú traz certa linearidade quanto à demonstração de seus capitais e, a quantidade de páginas destinadas aos mesmos, visto que observa se todos os percentuais abaixo de dez e que todos são dissertados em páginas próprias de maneira individualizada. Quanto à observação, Theóphilo e Martins (2209) afirmam que a observação de maneira simultânea permite a coleta de dados de situações e envolve a percepção sensorial daquele que observa, diferenciando a prática científica, da observação da rotina diária.

Quanto à criação de valor, o Bradesco a realiza mediante uma combinação entre atividades bancárias e de seguros com o intuito de atender qualquer perfil de cliente. Atuante em todos os municípios brasileiros, acredita ser este um diferencial perante seus concorrentes além de ser um componente de comunicação eficiente de relacionamento com os usuários externos, inclusive com os não correntistas, gerando valor a longo prazo e, trabalhando intensamente para a melhoria dos canais digitais devido a rota tecnológica atual (BRADESCO, RI-2017). A tabela 4 apresenta os aspectos que a empresa considera gerar valor:

Tabela 4: Geração de Valor - Bradesco.

VALOR GERADO	CAPÍTULO
Satisfação do cliente com a oferta de produtos e serviços.	Perfil; Geração de valor; Sustentabilidade; Tecnologia e inovação; <i>Stakeholders</i> ;
Fomento econômico com financiamentos.	Perfil; Sustentabilidade; <i>Stakeholders</i> ;
Inclusão social, acessibilidade e qualidade de vida.	Perfil; Geração de valor; Sustentabilidade; Tecnologia e inovação; <i>Stakeholders</i> ;
Inclusão de educação financeira e previdenciária.	Sustentabilidade; <i>Stakeholders</i> ;
Equilíbrio de receitas, solidez e solvência financeira garantindo resiliência.	Perfil; Geração de valor; Sustentabilidade;
Qualidade do crédito com “Ampliação de crédito X redução da inadimplência”.	Perfil; Geração de valor;
Busca contínua na melhoria do índice de eficiência operacional.	Geração de valor;

Fonte: baseado em RI 2017 - Bradesco.

O Itaú apresenta se como banco de varejo e de atacado, atendendo aos mais variados públicos, com a inúmera gama de produtos oferecidos, tais como, financiamentos de veículos, cartões de crédito fora da rede de agências e crédito consignado, além das operações bancárias. Possui unidades na América Latina e atividades do Itaú BBA, responsável pelas operações realizadas com grandes empresas e bancos de investimento. Considera-se um banco cada vez mais digital por meio da marca de mais de 80% das operações serem realizadas de forma digital. Seu modelo de negócios estrutura-se nos segmentos de crédito, seguridade e serviços e *trading* (negociação); com o conceito de que tais segmentos agregam maior valor ao negócio e possuem riscos e necessidades de capital distintas (ITAÚ UNIBANCO, 2017).

A tabela 5 destaca a geração de valor do Itaú, conforme a empresa:

Tabela 5.
Geração de Valor: Itaú Unibanco.

VALOR GERADO	CAPÍTULO
Estratégias prioritárias: satisfação do cliente, gestão de pessoas, internacionalização, rentabilidade, gestão de riscos e transformação digital.	Perfil; Geração de valor; Tecnologia e inovação; Stakeholders;
Propósito: estimular a transformação das pessoas.	Sustentabilidade; Stakeholders;
Visão: ser o banco líder em performance sustentável.	Sustentabilidade; Geração de valor;
Inclusão de educação financeira e previdenciária.	Sustentabilidade; Stakeholders;
Fornecedores: 1,5 bilhão de pagamentos de alugueis.	Geração de valor; Stakeholders;
Investidores: 19,2 bilhões distribuídos entre os mais de 120 mil acionistas.	Geração de valor; Sustentabilidade;
5,8 bilhões reinvestidos em negócios, produtos e serviços próprios.	Geração de valor; Sustentabilidade;
Colaboradores: 20,2 bilhões de investimentos em pessoal.	Perfil; Geração de valor; Sustentabilidade;
Sociedade: 20,5 bilhões recolhidos em tributos federais, estaduais e municipais.	Perfil; Geração de valor; Sustentabilidade; Stakeholders;
Educação: 196,8 milhões investidos em 558 projetos relacionados à educação.	Perfil; Geração de valor; Sustentabilidade;
Mobilidade urbana: 64,9 milhões investidos em 45 projetos.	Perfil; Geração de valor; Sustentabilidade;
Cultura: 217,9 milhões investidos em 169 projetos culturais.	Perfil; Geração de valor; Sustentabilidade;
Esporte e saúde: 57,4 milhões investidos em 65 projetos voltados ao esporte e saúde.	Perfil; Geração de valor; Sustentabilidade;

Fonte: baseado em RI 2017 - Itaú Unibanco.

No quesito de criação de valor e a maneira como os bancos a divulgam, apercebe-se um maior detalhamento feito pelo Itaú e que os capítulos da geração de valor e de sustentabilidade estão presentes mais vezes. Tal constatação pode sugerir uma postura indicativa de tendência acentuada para estas vertentes conduzindo aos *stakeholders* uma identificação com tais itens, promovendo assim, maior satisfação dos clientes e um atendimento às necessidades e desejos dos mesmos.

Na realização de tal análise, Bardin (2010) esclarece que a análise de conteúdo constitui um bom instrumento de indução para a investigação das causas (variáveis inferidas), a partir dos efeitos surgidos (variáveis de inferência ou indicadores que são as referências no texto), embora para o inverso seja possível prever os efeitos a partir de fatores conhecidos, ainda que estes não estejam ao alcance das capacidades de quem os observa.

Apercebe-se que projeções futuras e planejamentos são imprescindíveis para a consecução dos negócios empresariais e melhora de desempenho. Nas grandes empresas, este conceito é de grande relevância e necessidade.

A alta administração voltou o foco para o planejamento estratégico, mediante os benefícios que as organizações podem tomar para enfrentar as adversidades e aproveitar-se das oportunidades que surgem em seu ambiente (ALDAY, 2000).

Para tanto, o Itaú apresenta no Relatório Integrado de 2017 (ITAÚ UNIBANCO), os seguintes planos estratégicos:

1. Centralidade do cliente: trata-se de entender o processo constante de mudanças que ocorrem na sociedade e se adaptar a tal cenário, oferecendo ao cliente o que realmente é necessário. Realizar o desenvolvimento de produtos e serviços com e, para os clientes. Incentivar os colaboradores a se engajarem nesta interação ao se colocar no lugar do cliente, colocando o mesmo no centro de toda a operacionalização do banco;
2. Gestão de pessoas: proporcionar a melhor experiência para desenvolver autonomia e iniciativa com o intuito de desenvolver suas capacidades e a resolução de cuidar da própria carreira; apoiar as diversidades e propagar a cultura do colaborador como dono do negócio. Aperfeiçoar a capacidade de atrair e manter talentos;
3. Internacionalização: garantir a mesma qualidade existente no Brasil para os demais países, observando as diferenças existentes e, melhorar o atendimento quanto aos produtos e serviços oferecidos, projetando sua posição no mercado externo, atentando-se às oportunidades de novos negócios em outras nações;
4. Rentabilidade: ocorre mediante a otimização ao alocar e gerir os recursos financeiros essenciais para realizar sonhos e concretizar os objetivos tanto da instituição quanto dos clientes. Realizar mapeamentos internos para promover e alavancar a eficiência em busca de uma melhor performance levando em consideração a experiência do cliente como quesito essencial para tal feito tanto no Brasil quanto no exterior;
5. Gestão de riscos: conhecer, mapear e reduzir os riscos em todas as esferas organizacionais incentivando o envolvimento dos colaboradores com o objetivo de criar uma rede segura;
6. Transformação digital: incentivar o aprendizado dos colaboradores nas metodologias *lean*, *ágil*, *design e thinking*, possibilitando uma maior quantidade de projetos experimentais em busca de aprimoramento das plataformas tecnológicas.

Os pilares estratégicos do Bradesco (2017) constituem-se da seguinte maneira:

1. Crescimento sustentável com rentabilidade: de maneira diversificada e sustentável crescer criando valor para todos os *stakeholders* equilibrando riscos e retornos;
2. Eficiência e inovação: se faz importante realizar de maneira eficiente as operações, mediante a utilização da tecnologia e promover melhora na experiência do cliente, otimizando os processos e os modelos de negócios;
3. Relacionamento com clientes: comprometimento e atendimento a todos os públicos;
4. Capital humano: a base estratégica da instituição está condicionada a formação e aprimoramento das pessoas, buscando alargar sua capacidade de atrair, desenvolver e manter talentos.

Ao analisar os planos estratégicos futuros, infere-se uma maior necessidade por parte do Itaú em divulgar tais vertentes, por meio de apresentação mais detalhada e um elenco maior que o do Bradesco. Percebe-se deste modo, que mediante as informações extraídas do relato integrado, o Itaú possui um número maior de diretrizes estratégicas e um foco mais intenso e direcionado às projeções futuras e talvez, por este motivo, encontra-se como o maior banco privado brasileiro, sendo este, um possível reflexo de planos elaborados no passado que se concretizam no presente.

Sobre a pesquisa qualitativa, Triviños (2017) evidencia que uma visão da realidade social e cultural obriga que o pesquisador considere certas estratégias e modelagens incorridas fundamentalmente, por meio da flexibilidade do ato de investigar, visto que sem dúvida alguma ao iniciar o processo de busca, o mesmo já parte de pressupostos contidos em ideias gerais, elaboradas e fundamentadas de maneira consciente ou não. Deste modo, ao avaliar o conteúdo apresentado, há interações e conjecturas que se desdobram mediante o cenário analisado e as circunstâncias pertinentes ao mercado financeiro e às instituições objetos deste estudo.

Foi possível preponderar por meio dos aspectos apresentados e dos itens analisados que o relato integrado possui grande capacidade em divulgar não só as ocorrências e resultados, mas também referente a postura empresarial, seus planos estratégicos e a forma como conduz seus negócios voltada para a sociedade. Atualmente, mais de 1.600 empresas em 62 países aderentes, adotaram o RI para reportar aos *stakeholders* suas particularidades financeiras e não financeiras.

Deste total de empresas, 120 são brasileiras. Corroborando com tal questão, Richard Howitt, presidente executivo do IIRC, durante palestra realizada em 17 de julho, na sede do IBGC (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa), em São Paulo afirma que “o relato integrado oferece aos conselhos e investidores uma visão mais conectada com as mudanças que estão ocorrendo no mundo no século 21” (IBGC, 2018).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo objetivou analisar os dois maiores bancos privados brasileiros ao que tange a maneira sobre como divulgam em seus relatos integrados as informações acerca dos capitais, da criação de valor e dos planos estratégicos. O Itaú Unibanco e o Bradesco ocupam posições de destaque em *rankings* de nível mundial e o objetivo foi identificar se há diferenças quanto à forma como cada banco mensura tais aspectos no RI.

Diante do exposto, foi possível identificar que o Itaú nos três quesitos avaliados oferece maior riqueza de detalhes, apesar da quantidade de páginas ser substancialmente inferior a composição de páginas que tem o relato integrado do Bradesco: 69 a 204.

Neste sentido, dois quesitos especificamente no relato do Bradesco foram identificados com destaque na divulgação, os capitais “financeiro” e “o social e de relacionamento”. No entanto, tal aspecto não se configura como uma divergência ou falha, mas apenas a título de comparação, visto o atendimento quanto as diretrizes do GRI e mediante a validação por parte da auditora incumbida para tal que o RI-2017 do Bradesco possui. As empresas em questão, Itaú e Bradesco, apenas contemplam os mesmos aspectos de maneiras diferentes e com ênfases distintas.

Tal processo se faz totalmente compreensível, visto o perfil de cada instituição, bem como, sobre as características pertinentes a cada esfera empresarial individualmente e as metas particulares dos dois bancos.

Ambos os relatos trazem outras diversas informações de extrema relevância acerca da realidade das empresas, visto a extensão dos documentos e os inúmeros aspectos e vertentes que devem compor o relato. No entanto, devido à delimitação deste artigo, fica a sugestão de estender o tema para novas pesquisas que venham analisar outras vertentes não abordadas neste estudo e corroborar para que mais empresas possam se interessar na adoção do Relato Integrado e promovam maior transparência.

REFERÊNCIAS

ALDAY, Herman E. Contreras (2000). O Planejamento Estratégico dentro do Conceito de Administração Estratégica. Revista FAE, v. 3 n. 2. Recuperado em 04 de dezembro de 2018 de <https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/505/400>.

ANDRADE, Maria Margarida de (2010). Introdução à metodologia do trabalho científico. São Paulo: Atlas.

BABOUKARDOS, Joshua D.; RIMMEL, Gunnar (2016). Value relevance of accounting information under an integrated reporting approach: a research note. Journal of Accounting and Public Policy, v. 35, n. 4, p. 437-452. Recuperado em 10 de novembro de 2011 de <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A958295&dsid=-4057>.

BALARDIM, Adriana Rodrigues (2017). Relato Integrado: uma validação das diretrizes do Global Reporting Initiative nas empresas listadas no índice de sustentabilidade empresarial da Brasil, Bolsa e Balcão. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis e Atuariais). Pontifícia Universidade Católica PUC/SP.

BARDIN, Laurence (2010). Análise de Conteúdo (5 ed). São Paulo: Almedina Brasil.

BELLEN, Hans Michael Van (2005). Indicadores de sustentabilidade: uma análise comparativa. Rio de Janeiro: Editora FGV. Recuperado em 29 de novembro de 2018 de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-39512005000300012.

BRASESCO (2018). Sobre o Bradesco. Recuperado em 02 de dezembro de 2018 de <https://banco.bradesco/html/classic/sobre/index.shtm>.

CARVALHO, Nelson; KASSAI, José Roberto (ago. 2014). Relato integrado. A nova revolução contábil. Revista FIPECAFI, v. 1. Recuperado em 20 de novembro de 2011 de https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/1065717/mod_resource/content/0/artigo%20ReLato%20Integrado%20-%20Revista_FIPECAFI_Vol1%20AGO2014.pdf.

COMISSÃO BRASILEIRA DE ACOMPANHAMENTO DO RELATO INTEGRADO (2018). O quê? Relato Integrado. Recuperado em 28 de setembro de 2018 de http://www.relatointegradobrasil.com.br/conteudo_pt.asp?idioma=0&tipo=57360&conta=28.

DRUCKMAN, Paul (2013). Entrevista. Revista Gestor Contábil. São Paulo, 10 ed., p. 14-17. Recuperado em 27 de novembro de 2018 de <http://www.crcsp.org.br/portal/publicacoes/gestor-contabil/edicao-10.pdf>.

EXAME (2017). As empresas mais valiosas da Bolsa. Recuperado em 30 de novembro de 2018 de em <https://exame.abril.com.br/mercados/as-empresas-mais-valiosas-da-bolsa-2/>.

FORBES (2018). Global 2000: The world's largest public companies. Recuperado em 10 de novembro de 2018 de <https://www.forbes.com/global2000/#730f21d335d8>.

GIL, Antonio Carlos (2010). Como elaborar Projetos de Pesquisa (5 ed.) São Paulo: Atlas.

GRI (2018). Global Reporting Initiative. Diretrizes GRI. Recuperado em 10 de novembro de 2018 de <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx>.

IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (2018). *Relatório integrado ressalta geração de valor da companhia*. Recuperado em 03 de dezembro de 2018 de <http://ibgcemfoco.wixsite.com/ibgcemfoco/single-post/2018/08/23/Relat%C3%B3rio-integrado-ressalta-gera%C3%A7%C3%A3o-de-valor-da-companhia>.

ITAÚ (2018). Sobre o Itaú. Recuperado em 30 de novembro de 2018 de <https://www.itau.com.br/sobre/>.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. MARION, José Carlos (2018). Curso de Contabilidade para não Contadores (8ª ed). São Paulo: Atlas.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato (2009). Metodologia da Investigação Científica para Ciências Sociais Aplicadas (2ª ed.) São Paulo: Atlas.

MORROS, Jordi (2016). The integrated reporting: a presentations of the current state of art and aspects of integrated reporting that need further development. *Intangible Capital*, v. 12. n.1, 201. P. 336-56. Universitat Politècnica de Catalunya Terrassa, Espanha. Recuperado em 26 de novembro de 2018 de <https://core.ac.uk/download/pdf/43552586.pdf>.

PEREIRA, Júlio Cesar Rodrigues Pereira (2004). Análise de dados qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais. São Paulo: Edusp.

PEIXOTO, Nathália Oliveira; MARTINS, Vidigal Fernandes (2015). Relato integrado e a convergência com relatórios de sustentabilidade: Um estudo em empresas brasileiras. *Revista de Auditoria Governança e Contabilidade*, v 3 , n 7. Recuperado em 26 de maio de 2019 de <http://www.fucamp.edu.br/editora/index.php/ragc/article/view/599>.

RUIZ, Lozano; TIRADO, Pilar Valencia (2016). Do industrial companies respond to the guiding principles of the Integrated Reporting framework? A preliminary study on the first companies joined to the initiative. *Revista de Contabilidad*, v. 19, n.2, p. 252-60. Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad, Espanha. Recuperado em 02 de dezembro de 2018 de <https://www.redalyc.org/pdf/3597/359746540010.pdf>.

SANTOS, Wesley Paulo; RODRIGUES, Raimundo Nonato. MIRANDA, Luiz Carlos (2018). Um Estudo do Posicionamento Adotado pelos Stakeholders sobre a Materialidade e a Responsabilização das Informações Contidas no Relato Integrado. *Revista em Educação e Pesquisa em Contabilidade-REPEC*, v

12, n 3. Recuperado em 26 de maio de 2019 de <http://www.repec.org.br/repec/issue/view/95/PORTUGU%C3%8AS>.

SERAPEIM, George (2015). Integrated reporting and investidor cliente. *Journal of Applied Corporate Finance*, v. 2, n. 27, p. 34-51, 2015. Recuperado em 22 de novembro de 2018 de <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/jacf.12116>.

SEVERINO, Antônio Joaquim (2012). *Metodologia do Trabalho Científico* (23ª ed.). São Paulo: Cortez.

SILVA, Maria do C.C, Altenfelder (2014). Tendências e desafios da integração de informações financeiras e de sustentabilidade de quatro empresas brasileiras que adotaram o modelo de Relato Integrado em 2014. Dissertação (Mestrado de Ciências Contábeis), Pontifícia Universidade Católica de São Paulo-SP. Recuperado de <https://revistas.pucsp.br/index.php/redeca/article/download/27969/19698>.

TRIVIÑOS, Augusto N. S. (2017). *Introdução à pesquisa em Ciências Sociais*. São Paulo: Atlas.

VALOR ECONÔMICO (2018). Valor 1000 2018. Recuperado em 18 de novembro de 2018 de <https://www.valor.com.br/valor1000/2018/ranking100maioresbancos>.

ZARO, Elise Soeger (2015). Análise comparativa de relatos integrados das empresas brasileiras à luz da estrutura conceitual015. 170 p. Dissertação (Mestrado em Contabilidade). Universidade Federal de Santa Catarina, Centro, Florianópolis -SC. Recuperado de <https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/134964/334119.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.