

**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL - UFMS
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO E NEGÓCIOS - ESAN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

LAÍSA APARECIDA PEREIRA DE SOUZA

**DIVULGAR PARA QUÊ? *DISCLOSURE* VOLUNTÁRIO E O ALINHAMENTO
ENTRE A IMPORTÂNCIA ATRIBUÍDA POR DOADORES E GESTORES À
DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES**

Campo Grande
2020

LAÍSA APARECIDA PEREIRA DE SOUZA

**DIVULGAR PARA QUÊ? *DISCLOSURE* VOLUNTÁRIO E O ALINHAMENTO
ENTRE A IMPORTÂNCIA ATRIBUÍDA POR DOADORES E GESTORES À
DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação *stricto sensu* em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Emanuel Marcos Lima.

Campo Grande
2020

**“Àquele que era, que é e que há de vir
– O TODO PODEROSO”.**

(Apocalipse 1, verso 8)

LAÍSA APARECIDA PEREIRA DE SOUZA

**DIVULGAR PARA QUÊ? *DISCLOSURE* VOLUNTÁRIO E O ALINHAMENTO
ENTRE A IMPORTÂNCIA ATRIBUÍDA POR DOADORES E GESTORES À
DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Campo Grande-MS, 14 de fevereiro de 2020.

COMISSÃO EXAMINADORA

Profa. Dra. Elisabeth de Oliveira Vendramin
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Prof. Dr. Carlos Alberto Pereira
Universidade de São Paulo

Prof. Dr. Emanuel Marcos Lima
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

AGRADECIMENTOS

Não poderia começar agradecendo a outro, senão Àquele que me dá vida, sustento e capacidade, sempre providenciando o melhor para mim: **DEUS**.

Agradeço ao meu pai Celso, minha mãe Maria Luiza e minha irmã Lorena, que sempre me apoiam, acreditam em mim e viabilizam minhas conquistas. São incansáveis na propiciação do meu sucesso e também presentes nos momentos de dificuldades e dúvidas. Meu muito obrigada, por serem um lugar de abrigo, refúgio e fortaleza!

Agradeço também à minha avó Catarina e meu avô Antônio que, embora não tivessem nenhum estudo, desde quando eu era criança me incentivavam a estudar. Tenho certeza de que meu avô se alegraria muito e comemoraria comigo esta conquista, caso ainda estivesse aqui – e, de certa forma, ele está.

Agradeço a toda a minha família e amigos, que entenderam minha ausência e, mesmo longe, estão sempre perto.

Agradeço ao Altemir, meu amigo e companheiro, por sua paciência e encorajamento. Agradeço também às minhas colegas do mestrado Agnes, Sara e Flávia, pelos inúmeros conselhos e discussões, juntas aprimoramos nossas pesquisas.

Agradeço à Janice Palhares que com muita sabedoria me acolheu em um momento delicado e decisivo da minha vida pessoal e acadêmica.

Agradeço ao professor Emanuel Marcos Lima, por ser um verdadeiro orientador. Acreditou em mim e na minha pesquisa, colocou-se à disposição e trabalhou comigo. Obrigada por me ajudar na consecução deste estudo, compartilhando seus conhecimentos acadêmicos, científicos e profissionais.

Agradeço em especial à professora Elisabeth Vendramin, inteligente, didática e acolhedora e ao professor Carlos Alberto Pereira que, com muita presteza, aceitaram participar da minha banca, trazendo contribuições muito significantes.

Enfim, agradeço a todos que participaram direta e indiretamente desta pesquisa. Sozinha, nada conseguiria.

Muito obrigada!

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS/MEC – Brasil.

Um sapateiro perguntou a Lutero o que deveria fazer para servir bem a Deus.

Lutero respondeu:

"Faça um bom sapato e venda-o por um preço justo".

(Autor Desconhecido)

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 – Ciclo Vicioso das Organizações do Terceiro Setor	21
Ilustração 2 – Histórico das Fontes de Financiamento Adotadas pelo Terceiro Setor	22
Ilustração 3 – Taxonomia Aplicada à Pesquisa em Entidades Sem Fins Lucrativos.	31
Ilustração 4 – Desenho da Revisão Sistemática	38
Ilustração 5 – Desenho da Pesquisa	51
Ilustração 6 – Desafios e Obstáculos para a Prática do <i>Disclosure</i> via <i>Website</i>	65
Ilustração 7 – Benefícios Decorrentes ou Esperados da Divulgação via <i>Website</i>	66

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Critérios de Seleção de Estudos (Inclusão e Exclusão)	39
Quadro 2 – Resultado Final com Artigos Incluídos na Revisão Sistemática	40
Quadro 3 – Síntese dos Achados, Compreendendo Resumo, Principais Variáveis e Resultados	41
Quadro 4 – Pontuação da Pesquisa Atribuída pelos Doadores	49
Quadro 5 – Pontuação da Pesquisa Atribuída pelos Gestores	50

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Índice de <i>Disclosure</i> via <i>Website</i> Praticado pelas Entidades do Clique Esperança (dados de agosto de 2019).....	53
Tabela 2 - Informações Gerais Divulgadas via <i>Website</i>	55
Tabela 3 - Conjunto Completo de Demonstrações Contábeis- NBC TG 26 (R5).....	57
Tabela 4 - Informações de Desempenho	57
Tabela 5 - Estatística Descritiva do Nível de <i>Disclosure</i>	58
Tabela 6 - Importância Atribuída à Divulgação de Informações Gerais	62
Tabela 7 - Importância Atribuída à Divulgação de Informações Contábeis	63
Tabela 8 - Importância Atribuída à Divulgação de Informações de Desempenho	64
Tabela 9 - Alinhamento entre a Importância Atribuída por Doadores e Gestores à Divulgação de Informações Gerais.....	68
Tabela 10 - Alinhamento entre a Importância Atribuída por Doadores e Gestores à Divulgação de Informações Contábeis.....	69
Tabela 11 - Alinhamento entre a Importância Atribuída por Doadores e Gestores à Divulgação de Informações de Desempenho	70
Tabela 12 - Comparativo entre o Nível de <i>Disclosure</i> de Informações Gerais e o Grau de Importância Atribuídos pelos Doadores e Gestores à Divulgação	71
Tabela 13 - Comparativo entre o Nível de <i>Disclosure</i> de Informações Contábeis e o Grau de Importância Atribuídos pelos Doadores e Gestores à Divulgação	72
Tabela 14 - Comparativo entre o Nível de <i>Disclosure</i> de Informações de Desempenho e o Grau de Importância Atribuídos pelos Doadores e Gestores à Divulgação	73

RESUMO

Importante na atenuação de problemas sociais, as organizações do terceiro setor necessitam angariar recursos para garantir sua perenidade, já que não possuem fins lucrativos. As doações são, portanto, uma fonte valiosa de recursos para essas entidades, motivo pelo qual precisam fidelizar os atuais doadores e atrair os potenciais. O *disclosure* via *website* mostra-se como um instrumento relevante de comunicação entre essas entidades e seus financiadores, além de reduzir a assimetria de informações, de forma que sejam divulgadas informações preteridas e relevantes para os doadores, sem que a entidade desperdice recursos, que deveriam ser utilizados para o cumprimento de sua missão. Assim, esta pesquisa possui o objetivo de analisar se o índice de *disclosure* via *website* praticado por entidades sem fins lucrativos mostra-se alinhado à importância atribuída por doadores e gestores à divulgação voluntária de informações. Para consecução do objetivo, foram coletados dados entre os gestores das organizações e os doadores, mediante aplicação de questionário e realização de entrevistas com os gestores, a fim de identificar os desafios e obstáculos para a adoção da divulgação via *website*. Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva. Os principais resultados mostram que o nível médio de divulgação de informações gerais é de 56,51%, o de informações contábeis é de apenas 7,69% e o de informações de desempenho é de 19,23%. Contudo, 100% dos doadores e entidades, quando inquiridos, foram unânimes quanto à importância da divulgação de 8 dos 20 itens componentes do índice, sugerindo que o potencial dos *websites* ainda é subutilizado. Os demais itens foram considerados importantes e dignos de divulgação por, pelo menos, 84,62% dos respondentes. Os principais desafios e obstáculos para a prática do *disclosure* via *website*, apontados nos questionários e entrevistas, foram a restrição financeira e orçamentária, a restrição de recursos humanos e a limitação tecnológica, além da criatividade exigida para apresentar um *site* objetivo, dinâmico e eficiente.

Palavras-Chave: Divulgação; Terceiro Setor; *Website*; Organizações sem fins lucrativos; Doação.

ABSTRACT

Important in mitigating social problems, third sector organizations need to raise funds to ensure their perpetuity, as they are non-profit. Donations are therefore a valuable source of funding for these entities, which is why they need to build loyalty to current donors and attract potential ones. Website disclosure is a relevant tool for communication between these entities and their funders, as well as reducing information asymmetry, so that relevant information is disclosed to donors, without wasting resources, which should be used to fulfill their mission. Thus, this research aims to analyze whether the disclosure index via website practiced by non-profit entities is aligned with the importance attributed by donors and managers to the voluntary disclosure of information. To achieve the objective, data were collected between the managers of the organizations and the donors, by applying a questionnaire and conducting interviews with the managers, in order to identify the challenges and obstacles to the adoption of disclosure via the website. Data were analyzed using descriptive statistics. The main results show that the average level of disclosure of general information is 56.51%, the accounting information is only 7.69% and the performance information is 19.23%. However, 100% of donors and entities, when surveyed, were unanimous about the importance of disclosing 8 of the 20 index component items, suggesting that the potential of *websites* is still underused. The remaining items were considered important and worthy of disclosure by at least 84.62% of respondents. The main challenges and obstacles to the practice of website disclosure, pointed out in the questionnaires and interviews, were the financial and budgetary constraint, the human resources constraint and the technological limitation, besides the creativity required to present an objective, dynamic and efficient website.

Keywords: Disclosure; Third Sector; Website; Nonprofit Organizations; Donations.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Questão de Pesquisa	14
1.2 Objetivos	15
1.2.1 Objetivo Geral	15
1.2.2 Objetivos Específicos.....	15
1.3 Justificativa e Contribuições da Pesquisa	16
1.4 Delimitação da Pesquisa.....	17
1.5 Estrutura da Pesquisa.....	17
2 REFERENCIAL TEÓRICO-EMPÍRICO	18
2.1 Terceiro Setor	18
2.1.1 Caracterização.....	18
2.1.2 Fontes de Financiamento e Captação de Recursos no Terceiro Setor.....	21
2.2 Benefícios Fiscais Relativos à Doação	24
2.3 Divulgação	27
2.3.1 Teoria sobre Divulgação	27
2.3.2 Divulgação Voluntária de Informações na Web	31
2.3.3 Índices de Disclosure na Literatura.....	34
2.4 Revisão Sistemática da Literatura.....	37
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	46
3.1 Caracterização da Pesquisa	46
3.2 Procedimentos de Coleta de Dados.....	46
3.2.1 Construção do Índice de Website Disclosure.....	47
3.2.2 Doadores	48
3.2.3 Gestores	49
3.3 Desenho da Pesquisa	50
3.4 Procedimentos de Análise dos Dados.....	52
4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	53
4.1 Índice de Divulgação via <i>Website</i> – WDI.....	53
4.2 Importância Atribuída à Divulgação Voluntária de Informações via <i>Website</i> ..	59
4.2.1 Perfil dos Respondentes.....	59
4.2.1.1 Doadores	59
4.2.1.2 Entidades.....	60
4.2.2 Respostas Obtidas Mediante Aplicação dos Questionários.....	61
4.2.3 Alinhamento entre a Importância Atribuída por Doadores e Gestores à Divulgação de Informações	67
4.3 Comparação entre o <i>Disclosure</i> Praticado pelas Entidades Integrantes do Clique Esperança e a Importância Atribuída pelos Respondentes à Divulgação de Informações	70
4.4 Visão dos Gestores Acerca da Importância das Doações e da Divulgação de Informações	74
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	79
REFERÊNCIAS	83
ANEXO 1 – Quadro Demonstrativo FMIA	89
ANEXO 2 – Questionários	90

1 INTRODUÇÃO

O terceiro setor existe com o fito de abrandar os problemas de demandas sociais. Composto por entidades de iniciativa privada e sem finalidade de lucros, trabalha visando à promoção do bem comum, diferenciando-se, assim, do primeiro setor que, embora também tenha a incumbência de propiciar o bem coletivo, abrange organizações governamentais e do segundo setor, que engloba organizações de iniciativa privada, mas com finalidade lucrativa (CRUZ, 2010). Desta forma, conforme expõem Zittei, Politelo e Scarpin (2016), o aumento das desigualdades sociais, da violência, de problemas ambientais e a existência dos mais variados conflitos foram fatores que justificaram e ainda justificam o surgimento e o fortalecimento dessas organizações, pois, à medida que o Estado e o mercado mostram-se ineficientes em sua atuação, faz-se necessário buscar outras formas para preencher essas lacunas.

Apesar de não possuírem finalidade lucrativa, as organizações do terceiro setor necessitam de recursos financeiros, e por isso valem-se das mais variadas fontes de financiamento de suas atividades, para que, assim, mantenham-se perenes e cumpram sua missão outrora estabelecida. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2019) reforçam a importância e abrangência das organizações sem fins lucrativos, uma vez que elas representam 9,5% de todas as organizações ativas no Brasil, empregando mais de 3 milhões do pessoal ocupado assalariado.

Entre os séculos XVI e século XIX, conforme aponta Silva (2010), essas entidades foram surgindo, na maioria das vezes associadas a organizações religiosas, motivo pelo qual, apesar da estruturação simplificada, já recebiam recursos do governo, da igreja e de indivíduos.

Já em meados do século XX, houve algumas mudanças no terceiro setor. O Estado passou a se envolver mais fortemente, exigindo que essas organizações tivessem práticas de gestão, como a prestação de contas, além das várias legislações firmadas, como o estabelecimento do marco legal a partir do Código Civil de 1916, a promulgação da Constituição Federal de 1934, além do Certificado de Entidade de Fins Filantrópicos, por meio da Lei n. 3.577 de 1959, entre outras, que também contribuíram para o aumento de exigências quanto à gestão. Posteriormente, na década de 70, surgiram as intituladas organizações não governamentais (ONGs), visando defender os direitos humanos e políticos, feridos pela ditadura. Esse evento

contribuiu para a entrada de recursos internacionais como fonte de financiamento para essas entidades (SILVA, 2010).

Da década de 80 ao início do século XXI, o terceiro setor mostrou-se mais estruturado. As fontes de recursos já abrangiam organizações nacionais e internacionais, igreja, governo, recursos próprios, empresas e indivíduos, e por conseguinte, as práticas de gestão, tais como planejamento, marketing, avaliação de atividades, gestão de pessoas, voluntariado, auditoria, captação de recursos e prestação de contas, também foram ampliadas e receberam destaque, pois as organizações precisavam captar recursos e fortalecer seu relacionamento com os financiadores, o que demandava maior transparência (SILVA, 2010).

De todas as fontes de financiamento citadas alhures, Cruz (2010) destaca as receitas com doações e contribuições privadas, recebidas de doadores individuais ou institucionais, como as principais delas, salientando a carência de estudos sobre como esses doadores escolhem para qual entidade direcionarão seus recursos.

Corroborando com a missão de atenuar os problemas sociais e trabalhar para o bem comum, tem-se em Campo Grande, Mato Grosso do Sul, o projeto Clique Esperança, ligado ao Fundo Municipal para a Infância e Adolescência (FMIA). Este projeto visa à promoção e defesa dos direitos da criança e do adolescente, sendo ligadas a ele sessenta e quatro (64) entidades sem fins lucrativos, conforme pesquisa realizada em julho de 2019 no *site* do Clique Esperança, as quais desenvolvem diversas atividades, tais como o enfrentamento da exploração sexual, do trabalho infantil, bem como auxílio na orientação e apoio familiar.

Por fazerem parte do terceiro setor, essas organizações necessitam de recursos financeiros para que seja possível sua atuação e o desenvolvimento das suas atividades. As doações ao FMIA revelam-se como uma valiosa fonte de recursos para as entidades, além de serem um importante instrumento de captação, pois quando pessoas físicas ou jurídicas doam, por meio do Projeto Clique Esperança, colaboram com as instituições e também podem deduzir, na apuração do imposto devido, na declaração do Imposto sobre a Renda, o total das doações feitas aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente, dentro dos limites estabelecidos pela legislação.

Dado o número expressivo de entidades que compõem o terceiro setor, Carneiro, Oliveira e Torres (2011) enfatizam a importância da adoção de estratégias que atraiam doações, tal como a prestação de contas, visto que, por meio dela, as

entidades podem se comunicar com os doadores ou investidores públicos e privados, difundindo diversas informações, de forma que sejam conhecidos quais são os reais objetivos das organizações sem fins lucrativos, além de saberem como seus recursos estão sendo aplicados, garantindo a contínua colaboração dos doadores. Saxton, Neely e Guo (2014) ratificam a competitividade dessas organizações para o recebimento de fundos e ainda enfatizam que a divulgação de informações é um diferencial competitivo.

A prestação de contas consiste no ato de a organização demonstrar às partes interessadas que atingiu seu objetivo e cumpriu suas responsabilidades e atribuições, de forma a evidenciar a aplicação dos recursos a ela destinados, justificando sua atuação, mediante a confrontação de suas receitas e despesas, atendendo sempre às exigências morais e legais às quais está submetida. Diante da escassez de recursos, faz-se necessário que as entidades sem fins lucrativos tenham credibilidade e empreendam esforços na captação de recursos, e a prestação de contas revela-se como fundamental nesse processo, pois consiste não só na demonstração das movimentações financeiras da entidade, mas também na eficiência e eficácia no cumprimento da missão (OLIVEIRA, 2009).

À medida que as entidades disponibilizam mais informações sobre sua atuação e suprem as necessidades informacionais dos diversos interessados, mais propensas estão para receber doações de recursos financeiros (DENG; LU; HUANG, 2015; SAXTON; NEELY; GUO, 2014) e serviços voluntários.

O *disclosure*, então, pode ser considerado como um meio útil de prestação de contas, pois, conforme apresentam Lima e Pereira (2011, p. 24), “é tido como uma das principais formas de comunicação entre a empresa e os diversos usuários interessados em avaliar o desempenho da administração”, além de ser poderoso na redução da assimetria de informações existente entre a empresa e os *stakeholders* (CONSONI; COLAUTO; LIMA, 2017; CRUZ, 2010; LIMA; PEREIRA, 2011).

1.1 Questão de Pesquisa

Múltiplos estudos já realizados no Brasil e no exterior defenderam a influência positiva da divulgação de informações financeiras e não financeiras na arrecadação de recursos em entidades sem fins lucrativos, ficando evidente a necessidade da

transparência das organizações (BRITO et al., 2008; CRUZ, 2010; DENG; LU; HUANG, 2015; SAXTON; NEELY; GUO, 2014; TRUSSEL, PARSONS, 2007).

Contudo, outras pesquisas, como a de Zittei, Politelo e Scarpin (2016), que encontrou um nível médio de evidenciação de 27%, demonstram que o índice de *disclosure* das instituições do terceiro setor ainda é baixo, denotando a não percepção, por parte dos gestores, da importância da prestação de contas.

Sobre essa questão, conforme mencionado por Lima e Pereira (2011), pode ser que haja uma assimetria informacional entre a sociedade, tida como doadora, e os gestores das entidades, pois as instituições podem não estar divulgando informações consideradas relevantes e importantes para os doadores.

Dessa forma, surge a seguinte questão de pesquisa: **O índice de *disclosure* via *website* praticado por entidades sem fins lucrativos mostra-se alinhado à importância atribuída por doadores e gestores à divulgação de informações?**

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Para responder à questão de pesquisa apresentada, este trabalho tem como escopo analisar se o índice de *disclosure* via *website* praticado por entidades sem fins lucrativos mostra-se alinhado à importância atribuída por doadores e gestores à divulgação voluntária de informações.

1.2.2 Objetivos Específicos

Especificamente, visando atingir o objetivo geral, a presente pesquisa objetiva:

- (a) Construir o índice de *disclosure* voluntário via *website* das entidades sem fins lucrativos integrantes do Projeto Clique Esperança, em Campo Grande/MS;
- (b) Identificar quais os itens considerados mais importantes pelos doadores para fins de divulgação;
- (c) Verificar, entre os gestores das entidades do Clique Esperança, o grau de importância atribuído à divulgação de informações;

- (d) Identificar o alinhamento existente entre a importância atribuída por doadores e gestores sobre quais informações são relevantes para fins de divulgação.
- (e) Conhecer quais são os benefícios decorrentes da divulgação de informações e os desafios para a adoção desta prática, apontados pelas entidades.

1.3 Justificativa e Contribuições da Pesquisa

Diante da relevância do terceiro setor para a atenuação de problemas sociais, este estudo justifica-se por contribuir para o avanço e fortalecimento das entidades sem fins lucrativos do Clique Esperança, despertando-as para a importância de uma gestão transparente e responsável. Além das prestações de contas formais a que são submetidas, este estudo instiga essas organizações a divulgarem informações em seus *websites* voluntariamente, de modo que haja um fortalecimento na relação entre as entidades e os usuários interessados em sua atuação, atraindo recursos financeiros e até mesmo trabalhos voluntários.

Gandía (2011) concluiu em sua pesquisa que as doações recebidas pelas organizações sem fins lucrativos são influenciadas pelo nível de divulgação destas. Conquanto, a escassez de recursos financeiros e humanos podem ser fatores que limitam a capacidade de divulgação das entidades. Desta forma, este estudo contribui na otimização das práticas de divulgação de informações, pois os doadores expressaram quais informações acham mais importantes e são, portanto, preteridas. As entidades podem, a partir de então, concentrar seus esforços no fornecimento dessas informações, com vistas a diminuir a assimetria de informações. Também com a consecução dos objetivos estabelecidos foi possível conhecer quais os desafios para a prática do *disclosure* voluntário.

Esta pesquisa também fornece bases para outros estudos, seja na elaboração de índices de divulgação, seja para a ponderação de índices já existentes ou de novos índices, visto que os graus de importância atribuídos por doadores e gestores podem servir de critério para a adoção de pesos.

Os doadores, enquanto usuários de informações também puderam refletir sobre a importância do *disclosure* via *website* quando da participação na pesquisa, além de se atentarem, pela exposição teórica, para a importância das doações, especialmente via Clique Esperança. Este estudo contribui no sentido de os doadores

se tornarem agentes mais ativos no processo de divulgação, exigindo da entidade maior transparência, fato esse que favorece a prestação de contas.

As contribuições deste estudo se concentram no fomento das pesquisas sobre as entidades sem fins lucrativos campo-grandenses, além de contribuir para a divulgação do Projeto Clique Esperança, pois por meio dele os impostos chegam efetivamente a essas instituições específicas e os doadores recebem o benefício fiscal da quantia doada, respeitados os limites legais.

1.4 Delimitação da Pesquisa

Existem, no Mato Grosso do Sul, 3.388 Fundações Privadas e Associações Privadas sem Fins Lucrativos (Fasfil) que atuam nas mais diversas áreas, como saúde, educação, assistência social, cultura e religião (IBGE, 2019). Entretanto, esta pesquisa se limitará às entidades sem fins lucrativos, partícipes do Projeto Clique Esperança, situadas em Campo Grande, capital do estado de Mato Grosso do Sul.

Ainda, cabe salientar que serão analisados os *websites* dessas organizações, e a construção do índice de *disclosure* será embasada no que estiver publicado nos sítios eletrônicos das respectivas entidades até o final do mês de julho de 2019, impossibilitando uma análise temporal dos itens divulgados. Ademais, no que diz respeito às informações contábeis, será verificado, também até o final do mês de julho de 2019, se houve ou não a divulgação das demonstrações contábeis referentes ao exercício de 2018.

1.5 Estrutura da Pesquisa

Este trabalho está estruturado, além desta introdução, em outras quatro seções. A segunda seção, abrangerá o referencial teórico, com conceitos, definições e discussões teóricas acerca do terceiro setor e da divulgação de informações, além de trazer estudos empíricos já realizados em outras localidades do mundo, com escopo similar ao desta pesquisa. A terceira seção compreenderá os procedimentos metodológicos a serem utilizados para realização desta pesquisa, bem como definição da amostra, das hipóteses e dos modelos a serem adotados. Posteriormente, serão apresentados e discutidos os resultados. Na quinta seção serão apresentadas as conclusões obtidas e, por fim, as referências utilizadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO-EMPÍRICO

Neste capítulo, serão expostas as conceituações e definições dos termos e variáveis concernentes ao tema desenvolvido e ao objeto de pesquisa, além da exposição da Teoria sobre *Disclosure*. Ainda, no final deste capítulo, serão apresentadas as pesquisas encontradas na revisão sistemática da literatura que investigaram a prática de divulgação de informações em *websites* por entidades sem fins lucrativos.

2.1 Terceiro Setor

Não existe unanimidade no tocante à terminologia empregada para nomear as entidades enquadradas neste complexo de organizações (COELHO, 2005). Desta forma, este tópico ater-se-á à caracterização do terceiro setor, visto que não tem o objetivo de discutir polêmicas inerentes a problemas conceituais e à abrangência desse setor.

2.1.1 Caracterização

Dadas as mais variadas formas de organização humana, nos âmbitos social econômico e político, Salamon e Anheier (1992) defendem a existência de dois setores nos quais se convencionou dividir a vida social, sendo eles o Estado e o mercado, ou o público e o privado, respectivamente. O Estado, conforme artigo 6º da Constituição Federal do Brasil (1988), deve garantir aos cidadãos direitos sociais, como educação, saúde, alimentação, trabalho, moradia, transporte, lazer, segurança, previdência social, proteção à maternidade e à infância e assistência aos desamparados. Contudo, conforme exposto por Nagai (2012), nem sempre o Estado mostra-se eficiente no fornecimento desses direitos sociais, e o mercado, que atua de forma produtiva, visando à obtenção de lucros, também pode apresentar falhas, suscitando lacunas sociais.

Desta forma, faz-se necessária a existência de um terceiro complexo de organizações, que se distingue dos outros dois citados, assumindo características particulares. Campos, Moreira e Scalzer (2014) corroboram com essa divisão, evidenciando que o Estado, responsável pela promoção de interesses públicos,

representa o primeiro setor, enquanto o mercado representa o segundo setor, formado por empresas com finalidade lucrativa. Desta forma, conhecendo esse contexto, os autores defendem que é possível haver uma melhor assimilação conceitual de terceiro setor.

Salamon e Anheier (1992) caracterizam as organizações do terceiro setor mediante a fixação de cinco atributos. Para os autores, essas organizações devem ser: i) formais, ou seja, as entidades precisam ser institucionalizadas, mesmo que não legalizadas, e devem adotar procedimentos que garantam sua perenidade; ii) privadas, pois embora possam receber apoio do governo, são, fundamentalmente, dotadas de natureza jurídica privada e não fazem parte, portanto, do aparato governamental; iii) não distribuir lucros, apesar de poderem obter resultado superavitário; por não possuírem o objetivo de gerar lucros, não podem distribuir seus resultados para seus proprietários, diretores, entre outros, tendo de aplicar o lucro obtido na consecução de sua atividade-fim; iv) autoadministradas, não são controladas por entidades externas e têm autonomia em seus procedimentos de gestão; e v) voluntárias, ou seja, envolvem algum tipo de participação voluntária.

A expressão terceiro setor é a tradução do termo em inglês (*third sector*), referindo-se ao composto de organizações de iniciativa privada, sem fins lucrativos e em uma esfera não-governamental (IOSCHPE et al., 2005). Essas organizações também podem receber outras denominações, a depender da localidade e contexto em que estão inseridas, tais como “organizações sem fins lucrativos” (*non profit organizations*) nos Estados Unidos, “caridades” (*charities*) na Inglaterra, e “organizações não-governamentais” (ONGs), predominantemente na Europa continental (IOSCHPE et al., 2005; NAGAI, 2012).

No Brasil, várias terminologias são utilizadas para nomear as entidades sem fins lucrativos, tais como Terceiro Setor, Organizações Não Governamentais, Organizações da Sociedade Civil, entre outras. No entanto, é importante salientar que, embora nomeadas de diversos modos, as entidades sem fins lucrativos só podem ser constituídas, sob as formas de associações, fundações e organizações religiosas (IBGE, 2019).

Conforme exposto no artigo 44 do Código Civil (BRASIL, 2002), são pessoas jurídicas de direito privado:

- I - as associações;
- II - as sociedades;
- III - as fundações.
- IV - as organizações religiosas; (Incluído pela Lei nº 10.825, de 22.12.2003)
- V - os partidos políticos. (Incluído pela Lei nº 10.825, de 22.12.2003)
- VI - as empresas individuais de responsabilidade limitada.

Contudo, apenas as figuras jurídicas de direito privado de associações, fundações e organizações religiosas satisfazem os cinco atributos elaborados a partir de estudos de uma equipe internacional de especialistas da Universidade Johns Hopkins, elencados por Salamon e Anheier (1992) e utilizados como referência para a definição de Fundações Privadas e Associações sem Fins Lucrativos no Brasil (Fasfil) (IBGE, 2019).

Conforme a Lei n. 13.019, de 31 de julho de 2014, que estabelece o regime jurídico das parcerias entre a administração pública e as organizações da sociedade civil, as organizações da sociedade civil podem configurar-se, no Brasil, como entidades privadas, que não distribuam eventuais sobras, resultados financeiros, dividendos ou participações entre empregados, sócios, conselheiros doadores ou terceiros, associações de interesse social, cooperativas sociais ou organizações religiosas, desde que se dediquem a projetos de interesse público e de cunho social.

Não obstante, dadas as controvérsias que envolvem a inclusão ou não das cooperativas no terceiro setor, justamente pela complexidade inerente à avaliação da finalidade e o objetivo específico de cada uma delas, estas foram excluídas do âmbito das entidades sem fins lucrativos na Fasfil (IBGE, 2019). Pois, conforme entendimento de Lopez (2018, p. 16), “Não há um registro oficial que reúna as cooperativas sociais e as demais que atuem em prol do interesse público”. Por causa desta restrição, excluem-se as cooperativas do universo de Organizações da Sociedade Civil (OSCs).

Historicamente, as primeiras organizações da sociedade civil surgiram no Brasil em meados do século XVI, amparadas nos pilares da filantropia e da caridade religiosa, evidenciando a indissociabilidade dessas entidades tanto do Estado quanto da Igreja (SILVA, 2010). Atualmente, possuem uma dimensão expressiva e representam um subconjunto das entidades sem fins lucrativos, totalizando 236.950 organizações (considerando apenas as fundações e associações que compõem a Fasfil), correspondendo a 4,3% do total de unidades locais das organizações públicas e privadas, lucrativas e não lucrativas, ativas no Brasil (IBGE, 2019).

As fundações e associações possuem similaridades no que diz respeito à personalidade jurídica, à finalidade de promover o bem social e por possuírem fins não econômicos. No entanto, diferenciam-se principalmente pelo fato de as fundações serem constituídas, necessariamente, dotadas de um patrimônio, enquanto as associações são concebidas mediante a união de pessoas em prol de um objetivo comum, podendo ou não ter um patrimônio social (NAGAI, 2012).

Diante do que foi apresentado, conclui-se que o terceiro setor é, então, composto por entidades provenientes da adjeção do primeiro setor quanto aos fins e do segundo setor no que tange à natureza, visto que almeja o bem comum, mas não integram o Estado, e são de iniciativa privada, embora não possuam o fito de obter lucro.

2.1.2 Fontes de Financiamento e Captação de Recursos no Terceiro Setor

Para Falconer (1999), as organizações do terceiro setor são, muitas vezes, de porte pequeno e operam em um meio desfavorável, onde a falta de recursos humanos e, principalmente, a falta de recursos financeiros faz com que trabalhem em condições limitadas e, por conseguinte, caiam em um ciclo vicioso.

Ilustração 1 – Ciclo Vicioso das Organizações do Terceiro Setor

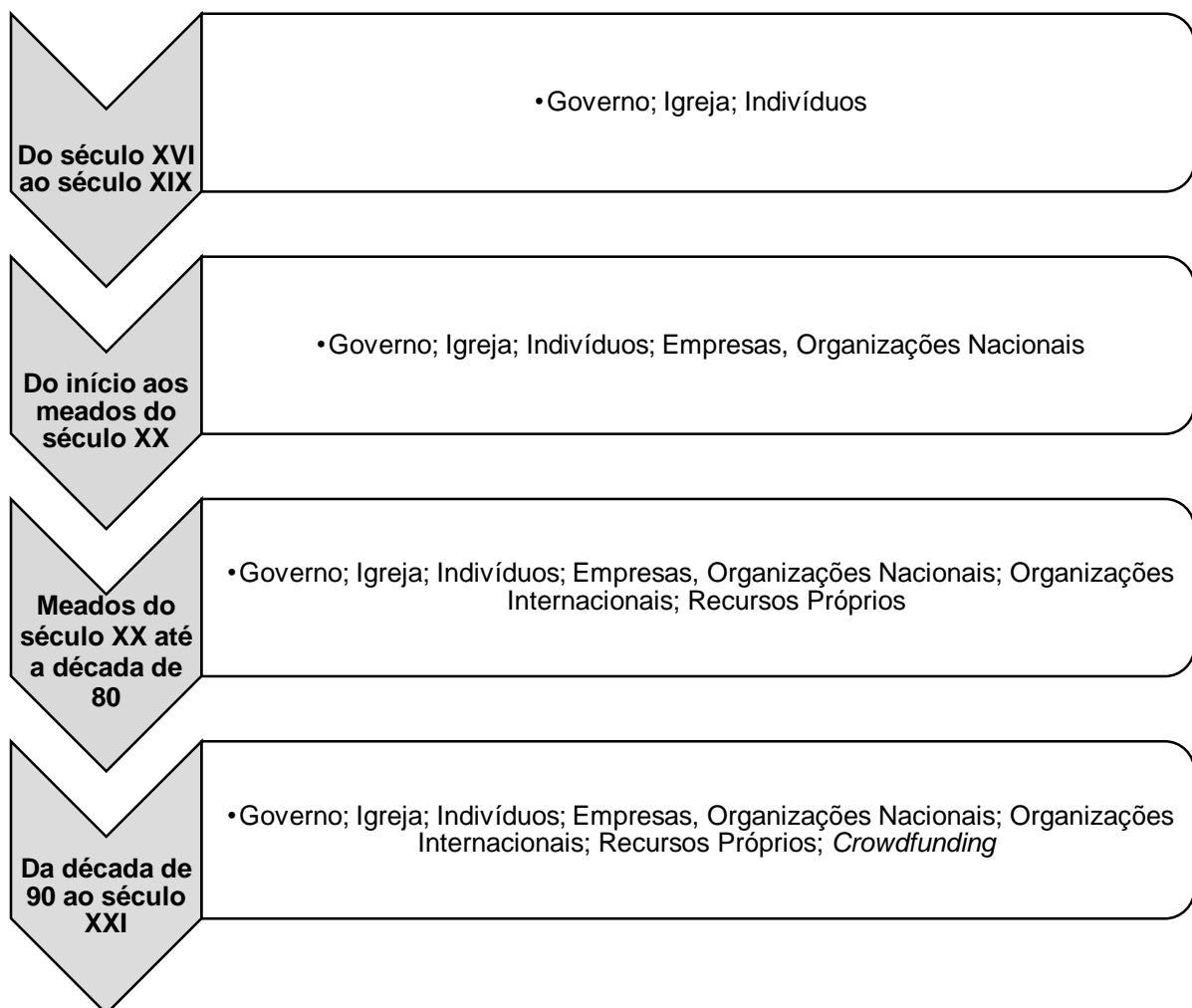


Fonte: Adaptado de Falconer (1999).

Segundo Falconer (1999), o rompimento desse ciclo só seria possível mediante um gerenciamento adequado das entidades, oportunizando a captação de recursos financeiros e mão de obra voluntária qualificada, resultando no alcance de resultados positivos. Assim, como já exposto na introdução, práticas de gestão promovem investimentos na captação de recursos.

Silva (2010) apresenta um panorama histórico, tratando da configuração das organizações do terceiro setor, inclusive de suas fontes de financiamento, pois conforme já explicitado, embora possuam fins não econômicos, precisam de recursos para continuarem atuantes. Assim, conforme consta na Ilustração 2, resumidamente e para um entendimento simplificado, são apresentadas as principais fontes de financiamento do terceiro setor, alusivas a cada período da história.

Ilustração 2 – Histórico das Fontes de Financiamento Adotadas pelo Terceiro Setor



Fonte: Adaptado de Silva (2010).

Cabe salientar que, embora durante os períodos apresentados várias mudanças e evoluções tenham ocorrido no terceiro setor, seja no tocante à configuração, às tipologias organizacionais e às legislações vigentes em cada época, essas organizações sempre necessitaram de financiamentos, doações e recursos que não próprios. À medida que essas mudanças aconteceram, sejam elas econômicas, financeiras ou legais, as organizações mergulharam na captação de recursos e até mesmo buscaram fontes próprias para financiamento, conforme demonstrado na ilustração, especialmente a partir da década de 80 (SILVA, 2010).

Ainda, uma inovadora e importante fonte de financiamento do terceiro setor, introduzida no início do século XXI, conforme mencionam Zhou e Ye (2019), é a prática da arrecadação de fundos por meio das plataformas de *Crowdfunding* – termo que se refere à prática de financiamento coletivo. Segundo os autores, essas plataformas representam uma oportunidade significativa para que as organizações sem fins lucrativos do mundo todo não só atraiam os doadores já existentes, como também acessem novos doadores através de suas redes sociais, promovendo a popularidade de sua causa.

Gonçalves (2010) resumiu as possibilidades de captação de recursos pelo terceiro setor em transferências diretas de recursos públicos, transferências indiretas de recursos públicos, patrocínios e doações.

As transferências diretas englobam subvenções, auxílios, contribuições, convênios e termos de parceria. Já as transferências de recursos públicos indiretos se dão por meio de imunidades de impostos e contribuições, isenções e incentivos fiscais ao doador, dentre os quais abrange as doações feitas para os Fundos de Direitos da Criança e do Adolescente. Todos esses são mecanismos jurídicos que permitem ao Estado transferir recursos públicos para entidades sem fins lucrativos, desde que reconhecidas como de interesse público (CICONELLO, 2015).

Já a doação, conforme prevê o artigo 538 do Código Civil (2002), é “o contrato em que uma pessoa, por liberalidade, transfere do seu patrimônio bens ou vantagens para o de outra”.

As entidades sem fins lucrativos valem-se de diversas estratégias para atrair recursos e a captação de recursos consiste nesse processo de angariar doações. Enquanto atividade profissional, a captação de recursos apresenta algumas restrições, como o número limitado de doadores, pois geralmente só são alcançados aqueles que constam na lista de captação de recursos, e o período limitado das

campanhas, que geralmente se concentram em épocas específicas do ano (SAXTON; NEELY; GUO, 2014). Além disso, conforme mencionado no Código de Ética da Associação Brasileira de Captadores de Recursos (ABCR), ao doar, o doador passa a adquirir o direito de:

1. Ser informado sobre a missão da organização, sobre como ela pretende usar os recursos doados e sobre sua capacidade de usar as doações, de forma eficaz, para os objetivos pretendidos.
2. Receber informações completas sobre os integrantes do Conselho Diretor e da Diretoria da organização que requisita os recursos.
3. Ter acesso à mais recente demonstração financeira anual da organização.
4. Ter assegurado que as doações serão usadas para os propósitos para os quais foram feitas.
5. Receber reconhecimento apropriado.
6. Ter a garantia de que qualquer informação sobre sua doação será tratada com respeito e confidencialidade, não podendo ser divulgada sem prévia aprovação.
7. Ser informado se aqueles que solicitam recursos são membros da organização, profissionais autônomos contratados ou voluntários.
8. Poder retirar seu nome, se assim desejar, de qualquer lista de endereços que a organização pretenda compartilhar com terceiros.
9. Receber respostas rápidas, francas e verdadeiras às perguntas que fizer.

Assim, todos esses direitos garantidos ao doador pelo Código de Ética da ABCR apontam para outra restrição elencada por Saxton, Neely e Guo (2014), que consiste na passividade do doador na coleta de informações, uma vez que ele é quem recebe as informações através de jornais, *e-mails* ou ligações. Muitas vezes, o doador não recebe informações da organização que seriam relevantes, além do que, para a entidade manter uma equipe e campanhas de captação de recursos, pode custar caro, inviabilizando o processo.

Diante desse cenário, a adoção da divulgação de informações via *website* mostra-se como uma oportunidade eminente e relevante, posto que os doadores podem atuar ativamente na busca de informações, além de ser um meio de amplo acesso e divulgação contínua e de baixo custo, dirimindo as restrições anteriormente citadas.

2.2 Benefícios Fiscais Relativos à Doação

Apesar de o Estado ser uma importante fonte de financiamento das organizações componentes do terceiro setor, muitas vezes, a transferência de recursos públicos não encontra critérios objetivos para alocação de recursos, seja

para a escolha da atividade ou da organização, seja para a quantia a ser transferida. Além disso, a restrição orçamentária mostra-se como outro fator impeditivo do investimento direto do primeiro setor em organizações do terceiro setor. Por isso, a concessão de benefícios fiscais aos doadores é uma alternativa em que o governo fomenta os investimentos privados, de pessoas físicas ou jurídicas, em entidades sem fins lucrativos (GONÇALVES, 2010).

O incentivo ou benefício fiscal funciona como um mecanismo de estímulo do governo, reduzindo o ônus tributário oriundo de normativos legais, a fim de beneficiar e desenvolver algumas áreas e organizações. No Brasil, conforme especificado no artigo 80, do Decreto n. 9.580, de 22 de novembro de 2018 – Regulamento do Imposto sobre a Renda e Proventos de Qualquer Natureza (RIR), poderão ser deduzidos do imposto devido: as contribuições realizadas em benefício de projetos culturais, aprovados na forma da regulamentação do Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac); os investimentos feitos a título de incentivo às atividades audiovisuais; as contribuições feitas aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente nacional, distrital, estaduais e municipais; as contribuições feitas aos Fundos do Idoso nacional, distrital, estaduais e municipais; os valores despendidos a título de patrocínio ou de doação, no apoio direto a projetos desportivos e paradesportivos previamente aprovados pelo Ministério do Esporte; bem como as doações e os patrocínios diretamente efetuados em prol de ações e serviços desenvolvidos no âmbito do Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (Pronon) e do Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (Pronas/PCD) e, em contrapartida, o montante doado pode ser objeto de dedutibilidade do imposto de renda devido, conforme preceitos legais.

Gonçalves (2010) apontou uma crítica quanto à abrangência dos benefícios fiscais, dado que o campo de atuação das entidades não-governamentais sobrepujava as áreas passíveis de dedução. Contudo, conforme já explicitado, atualmente englobam contribuições ou doações destinadas às organizações dedicadas às atividades culturais, audiovisuais, de promoção e defesa de crianças, adolescentes e idosos, atividades esportivas, de saúde, entre outras. Dessa forma, conforme defende o autor, a restrição permanece apenas no tocante à amplitude de contribuintes beneficiados, visto que envolve apenas as pessoas jurídicas optantes pelo lucro real na apuração do imposto de renda, além da restrição referente ao percentual passível de dedução, tanto para pessoas jurídicas quanto para físicas.

Essas doações são muito relevantes para o terceiro setor, justamente pelo benefício direto proporcionado a entidades locais, haja vista a complexidade distributiva dos recursos públicos.

Ribeiro (2016) ratifica essa complexidade, trazendo como exemplo a esfera municipal, na qual, para a dotação de recursos suficientes para a concretização das atividades de sua incumbência, os municípios podem cobrar os tributos de sua competência, bem como receber parcelas de receitas tributárias ou repasses de Estados e da União, a fim de financiar suas atividades. Contudo, são vastas as possibilidades de alocação desses recursos, e o contribuinte, muitas vezes, questiona a aplicação dos recursos recolhidos aos cofres públicos. E a alocação de recursos ao terceiro setor está incluída nesse processo complexo.

Por este motivo, a União criou uma forma de destinação direta de recursos, em que o contribuinte pode realizar doações a entidades específicas, por meio da declaração do imposto de renda, deduzindo essa quantia do imposto devido e diminuindo a distância entre o imposto recolhido e suas benesses às organizações que se preocupam com as causas sociais (NIPPER; AZEVEDO, 2015).

Uma das formas de receber o benefício fiscal relativo ao imposto de renda é realizando doações aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente, das três esferas de governo. Além de doar ao próprio fundo, pessoas físicas e jurídicas podem eleger uma entidade específica, e realizar a doação. Em Campo Grande/MS, foi criado o projeto Clique Esperança, ligado ao Fundo Municipal para a Infância e a Adolescência, conforme caracterizado a seguir.

O projeto Clique Esperança é um instrumento de políticas e programas de promoção e defesa dos direitos das crianças e do adolescente. Participando, você diminui a distância entre o imposto pago por você e os benefícios gerados por ele na sociedade, podendo escolher em qual instituição de Campo Grande, você gostaria que seu dinheiro seja aplicado. Os recursos serão aplicados em ações como: enfrentamento ao trabalho infantil, a exploração sexual, a situação de crianças na rua, programas de atendimento a crianças e ao adolescente, orientação e apoio familiar e muitas outras (CLIQUE ESPERANÇA, 2019).

Conforme a Lei n. 8.069 de 1990, “os contribuintes poderão efetuar doações aos Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente nacional, distrital, estaduais ou municipais, devidamente comprovadas, sendo essas integralmente deduzidas do imposto de renda”. Os limites são de 6% e 1% do imposto sobre a renda devido,

apurado por pessoas físicas na Declaração de Ajuste Anual e jurídicas tributadas no lucro real, respectivamente, criando um incentivo para maiores doações.

A importância desse projeto concentra-se na possibilidade que o doador tem de direcionar seus recursos, beneficiando uma entidade específica, dentre as várias catalogadas no *site* do projeto, e ainda poder deduzir do Imposto de Renda devido a quantia doada, caracterizando uma transferência indireta de recursos públicos, conforme explicitado alhures.

Embora este trabalho enfoque a cessão de recursos via Clique Esperança, o despertamento para que os doadores acompanhem a atividade e o desempenho da instituição recebedora dos seus recursos e a conscientização da entidade acerca da importância de uma gestão transparente contribuirão para um aumento na angariação de recursos diretos para a entidade, sem a mediação do Clique Esperança.

2.3 Divulgação

2.3.1 Teoria sobre Divulgação

A divulgação é tida como um instrumento de comunicação entre as organizações e os participantes do mercado ou demais partes interessadas em sua atuação (GUIDRY; PATTEN, 2012; LIMA; PEREIRA, 2011). Assim, embasa-se nas prerrogativas de que o *disclosure* é responsável pela redução de assimetria informacional entre as entidades, representadas por gerentes, gestores ou dirigentes, e os investidores (LIMA, 2009; PARSONS, 2007) e que maiores níveis de divulgação se associam a um menor custo de capital, mesmo que existam controvérsias na literatura sobre esses benefícios, a maior parte dos achados postulam as vantagens da divulgação (BOTOSAN, 2006).

Botosan (2006) ainda enfatiza a existência de duas correntes de pesquisa sobre as benesses da divulgação, sendo que ambas sugerem que um maior número de informações reduz o custo de capital, uma reduzindo o risco de estimativa dos investidores e outra reduzindo a assimetria de informações. Quanto menos informações disponíveis, mais altos são os riscos de estimações para os investidores e a assimetria de informações e, automaticamente, maior o custo de capital.

No âmbito do terceiro setor, os proveitos da divulgação subsistem. Além de reduzir a desigualdade de acesso a informações entre os gestores das entidades e os

doadores ou potenciais doadores, sendo possível esperar um maior volume de doações, melhora a tomada de decisões, dado o acesso a informações tempestivas e relevantes (PARSONS, 2007) e, ainda, promove maior transparência, suscitando maior confiança do público em geral (SAXTON; KUO; HO, 2012).

O *disclosure* pode caracterizar-se como obrigatório ou voluntário. É obrigatório quando provém de normatizações, obrigações legais ou relatórios regulamentados, com vistas a fornecer um nível mínimo de informações aos usuários, a exemplo do “*Form 990*” nos Estados Unidos; e voluntário se decorrente da decisão discricionária das organizações, com base no interesse observado, excedendo aquilo que é exigido por lei (HEALY; PALEPU, 2001; MAPURUNGA; PONTE; HOLANDA, 2014).

Para Lima (2009), as empresas, geralmente, se atêm à prática do *disclosure* obrigatório, limitando a divulgação às obrigações legais, mas salienta a importância da divulgação completa de informações, até mesmo daquelas “negativas” para a entidade, pois, conforme o autor, quando bem fundamentadas, estas também fornecem mais segurança aos investidores, ou doadores, no caso de entidades sem fins lucrativos.

Assumindo a literatura existente sobre *disclosure*, pode-se concluir que não há unanimidade quanto ao seu *status* como teoria. Dye (2001), em uma crítica ao estudo de Verrecchia (2001), afirma que um leitor, quando acessa o “*Essays on disclosure*” produzido por Verrecchia, depreende que a literatura não está amadurecida e não é unificada o suficiente para se consolidar como teoria, e concorda em partes com tal afirmação. Para Dye (2001), tratando-se de *disclosure* obrigatório na contabilidade, não há uma teoria estabelecida, haja vista a escassez de pesquisas sobre o tema, sendo esta uma lacuna a ser preenchida e corrigida pelos pesquisadores, conforme defende o autor.

Contudo, existe uma teoria consolidada da divulgação voluntária (DYE, 2001). Para o referido autor, a teoria da divulgação voluntária é um desdobramento que pode ser estudado dentro da teoria dos jogos, partindo da premissa de que a entidade tende a divulgar informações que sejam favoráveis e aumentem o valor de mercado de suas ações, podendo suprimir informações desfavoráveis para o valor da empresa.

Para Verrecchia (2001), a pesquisa sobre a divulgação estrutura-se em três categorias, que são: divulgação baseada na associação (*association-based disclosure*), divulgação baseada na discricionariedade (*discretionary-based disclosure*) e divulgação baseada na eficiência (*efficiency-based disclosure*).

A primeira categoria, referente à divulgação baseada na associação, tem foco no processo de divulgação exógeno, e sugere uma associação entre o *disclosure* e seus efeitos nas atividades dos investidores, como exemplo, o aumento do preço de um ativo após a divulgação de determinada informação.

A segunda, sobre divulgação baseada na discricionariedade, com foco endógeno, estuda o poder discricionário que os gestores exercem, decidindo se vão divulgar ou não as informações às quais têm acesso, bem como quais as motivações e incentivos para tal feito. Essa abordagem leva o gestor a um julgamento, de modo que considere os custos e os benefícios da divulgação de informações sobre a empresa. Dye (2001) defende que a entidade divulgará informações favoráveis e reterá aquelas não favoráveis, dado que, se a empresa não divulgar determinada informação, o próprio mercado interpretará essa informação como ruim.

Segundo Salotti e Yamamoto (2005), interpretar uma informação não divulgada como ruim é um problema intitulado de seleção adversa, em que os investidores descontam da estimativa do valor do ativo alguma quantia, quando uma informação não é divulgada. Por isso, esse assunto é muito pertinente quando se trata das pesquisas enquadradas na categoria de divulgação baseada na discricionariedade.

A esse respeito Dye (2001) traz como exemplo uma empresa que enfatiza continuamente seu sucesso em reduzir custos, mas, em contrapartida, retém informações sobre suas receitas. Pode-se inferir então que, apesar da redução dos custos, o crescimento da receita foi decepcionante, antes mesmo de checar a demonstração de resultados. Diante disso, conclui-se que a prática do *disclosure* voluntário acontece à medida que o gestor vê interesse na divulgação, porque as informações divulgadas precisam justificar o valor de mercado de uma empresa.

Salotti e Yamamoto (2005, p. 60), sobre o impasse em divulgar ou não:

Na literatura contábil, diversos trabalhos sobre esse assunto sugerem o seguinte: se o objetivo de um gerente é maximizar a capitalização corrente de mercado da firma e existem custos associados com a divulgação da informação, há um equilíbrio sendo a informação que realça favoravelmente a capitalização corrente de mercado da firma divulgada e a informação que realça desfavoravelmente mantida, ou seja, não divulgada. Neste caso, os agentes de mercado (em geral, investidores) têm expectativas racionais sobre o conteúdo da informação não divulgada, ou seja, eles presumem a informação não divulgada como uma informação desfavorável.

Partindo para a terceira categoria de pesquisa da taxonomia proposta por Verrecchia (2001), tem-se a divulgação baseada na eficiência, caracterizada como ex

ante por Salotti e Yamamoto (2005), em que se estudam as preferências dadas ao conjunto de divulgação, assumindo que as informações ainda não foram divulgadas.

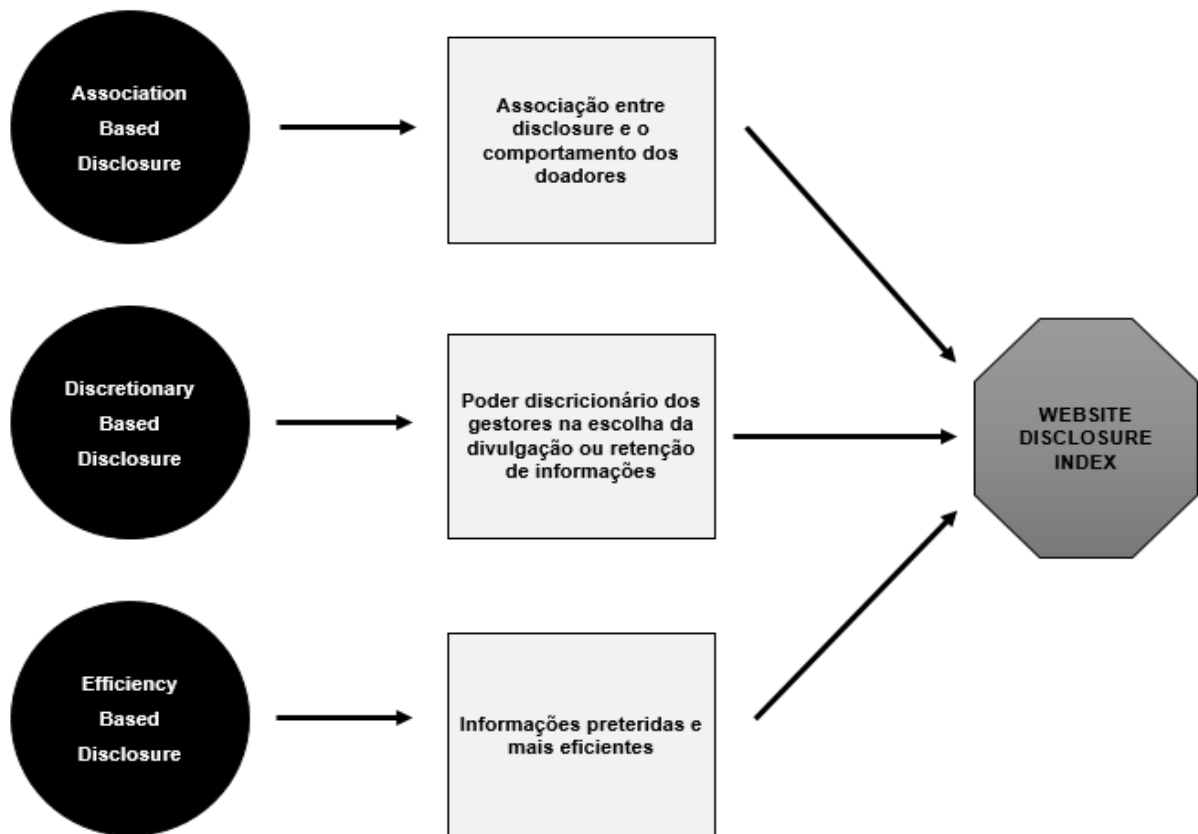
Tratando da divulgação baseada na eficiência, Verrecchia (2001) expõe a necessidade da existência de uma análise do volume de informações que a empresa divulgará. Essa análise acontece antes que a informação seja disseminada, justamente para que a divulgação ao mercado ocorra em um volume de informações necessário para maximizar a relação custo *versus* benefício.

Salotti e Yamamoto (2005, p. 68) reiteram a relação custo benefício na divulgação baseada na eficiência, rememorando a Teoria dos Jogos, ao defenderem que as pesquisas desse tipo “avaliam quais os tipos de divulgação mais eficientes, sendo as ações dos investidores endógenas. Neste caso, o jogo se concentra em ambos os jogadores, pois procura-se avaliar a solução ótima para ambos”.

Dye (2001) diverge em alguns pontos da taxonomia proposta por Verrecchia, principalmente no tocante à divulgação baseada em associação, visto que para ele as divulgações exógenas não são traçadas para maximizar os benefícios da entidade que faz as divulgações, e ainda afirma não acreditar que exista alguma divulgação feita por uma empresa sobre a qual ela não tenha controle.

Visando aplicar a divisão proposta por Verrecchia (2001) às pesquisas sobre *disclosure* no terceiro setor, procedeu-se a uma esquematização dos *insights* teóricos apresentados, adaptando a realidade do mercado financeiro às organizações sem fins lucrativos, como demonstrado na ilustração a seguir.

Ilustração 3 – Taxonomia Aplicada à Pesquisa em Entidades Sem Fins Lucrativos



Fonte: Elaborado pela autora, baseado em Verrecchia (2001).

Diante das três categorias de pesquisa apresentadas na Ilustração 3, esta pesquisa pretende apropriar-se delas para investigar o comportamento das organizações sem fins lucrativos integrantes do Clique Esperança quanto ao processo de divulgação voluntária em *websites* – *Website Disclosure Adoption*.

2.3.2 Divulgação Voluntária de Informações na Web

No âmbito do terceiro setor, a divulgação voluntária das informações das entidades, tais como histórico, campo de atuação, missão, visão, valores, informações financeiras e de desempenho, pode ser um instrumento importante para as organizações sem fins lucrativos gerarem vantagem competitiva e atraírem mais doações, pois aumenta a transparência da entidade, contribuindo para o fortalecimento da responsabilidade e a confiança do público perante aquela organização (Gandía, 2011).

E diante dessa realidade, a *web* mostra-se como um meio extremamente relevante para a divulgação de informações, devido à notabilidade do crescente uso de tecnologias e da internet, seja por meio de *sites*, *blogs* e até mesmo redes sociais. Assim, embora muitas entidades não sejam obrigadas a divulgar dados financeiros e não financeiros em seus *websites*, a opção pela divulgação de informações úteis para os tomadores de decisões é uma facilidade pela qual se torna possível não apenas a angariação de recursos, mas também o fomento da entidade, o recrutamento de voluntários e a comunicação com os vários interessados na atuação da organização (ZHUANG; SAXTON; WU, 2014).

Lee e Blouin (2017) postularam que o primeiro passo para se adotar uma inovação é que os tomadores de decisão tenham consciência de sua importância, ou seja, a divulgação na *web* exige conhecimento, por parte dos gestores, das benesses inerentes a essa prática, pois quando os gestores mantêm uma atitude favorável e acreditam que o *disclosure* via *website* é uma ferramenta relevante para promover a transparência e responsabilidade, eles influenciam positivamente a organização a adotar a divulgação voluntária na internet.

Santos, Ohayon e Pimenta (2017) corroboram este pensamento, enfatizando que, conquanto não haja obrigatoriedade de divulgação, a entidade pode valer-se das facilidades e das diversas funções interativas que a internet fornece para a divulgação de informações financeiras e não financeiras, de maneira célere e intensa, estreitando o contato com seus *stakeholders* via *website*. A divulgação de fotos e vídeos das ações realizadas e das pessoas atendidas, a difusão das redes sociais das entidades, a existência de um espaço para críticas, sugestões e comentários dos usuários, são exemplos simples de itens a serem divulgados, mas com grande potencial para a transparência.

É neste contexto que a divulgação voluntária via *website* tem um papel substancial para organizações sem fins lucrativos que buscam obter doações, sendo um elemento importante na prestação de contas, além de apresentar diversos benefícios, já que a democratização da informação é ampla, os custos são reduzidos, as informações são bem distribuídas, além da velocidade com que são propagadas e acessadas (SAXTON; NEELY; GUO, 2014).

A divulgação de informações deve ser completa e fidedigna, pois é por meio dessas informações que a entidade, adotando uma conduta transparente, pode demonstrar quais são seus objetivos, a eficiência da aplicação de seus recursos e os

projetos que tem desenvolvido junto à sociedade (ZITTEI; POLITELO; SCARPIN, 2016).

Dada a ampla propagação do uso da internet, por meio de *sites*, blogs ou mídias sociais, o fornecimento e divulgação de informações organizacionais foi ampliado e tornou-se mais fácil. É nesse espaço que os potenciais doadores podem, facilmente, ter acesso a informações básicas sobre as entidades, informações financeiras e de desempenho, bem como a eficiência e eficácia alcançada por uma entidade. Assim, pode-se concluir que a divulgação na *web* facilita a ampla disseminação de informações relevantes para vários *stakeholders*, fornecendo informações úteis, principalmente aos doadores, que estão dispostos a “pagar” pela divulgação de informações de qualidade nos *sites* das entidades sem fins lucrativos, aumentando o volume de doações (SAXTON; NEELY; GUO, 2014).

Saxton, Neely e Guo (2014) ainda sintetizam as principais razões pelas quais as entidades deveriam adotar a divulgação na *web*, sendo elas:

- Popularização e democratização da informação gerada pela difusão de novas mídias;
- Dado que a natureza da divulgação voluntária consiste na inexigibilidade de que as organizações sem fins lucrativos publiquem informações financeiras ou de desempenho em seus *sites*, isso mostra-se como uma oportunidade para evidenciar a eficácia da divulgação; e
- A divulgação na *web* mostra-se como um sinal de prestação de contas aos contribuintes, transmitindo informações particularmente valiosas para os doadores.

Corroborando com essa perspectiva, Lee e Blouin (2017) enfatizam que a sobrevivência das organizações não-governamentais depende em grande parte do fortalecimento da confiança pública e confiança através da divulgação de resultados financeiros e de desempenho de alta qualidade, reforçando a importância dos *websites* como um meio para disseminação de informações.

Apesar de todos os benefícios da divulgação, alguns autores apontam desafios para adoção ou motivos para não adoção da prática do *disclosure*. A exemplo, a ideia de que os custos de se fazer uma divulgação são fixados independentemente do que é divulgado é questionável, pois, na maioria das vezes, os custos de divulgação

variam de acordo com a extensão do que é divulgado (DYE, 2001). Lee e Blouin (2017) também citam, em seu estudo, alguns motivos para a não adoção da divulgação na *web*, baseados em estudos realizados, tais como a não percepção, por parte das entidades, dos benefícios decorrentes dessa utilização, a restrição orçamentária, financeira e tecnológica das organizações, traduzindo a falta de prontidão organizacional.

Além disso, vale destacar que, se os custos para se divulgar não resultarem na disseminação de informações eficientes, que trarão um benefício monetário à entidade, essa carga de informações estará, potencialmente, desviando recursos da causa ou missão da organização.

2.3.3 Índices de Disclosure na Literatura

Dada a importância da divulgação de informações como recurso para promoção da transparência das organizações, neste tópico serão apresentados alguns dos principais índices de divulgação construídos em pesquisas desenvolvidas em diversas localidades do mundo.

Gandía (2011) empreendeu esforços para medir os níveis de divulgação praticados por 80 organizações não-governamentais e sem fins lucrativos espanholas, através de seus *sites*. Intitulado *Disclosure Index* (DI), este indicador foi estruturado em quatro categorias, sendo elas: *General Information* (GI), contendo informações gerais sobre a organização, destinadas para a promoção e difusão das suas atividades e da sua natureza; *Governance and Financial Information* (DIGFI), nesta seção foram analisadas a difusão de informações financeiras e sobre governança; *Navigation and Presentation* (DINP), trazendo itens sobre clareza do *site* e facilidade de navegação; e *Relational Web* (DIRW), nesta última foi examinado se a organização sem fins lucrativos usa seu *website* como um portal de serviços para as partes interessadas.

Ao todo, 78 itens de divulgação foram analisados. Assim, os índices de divulgação foram calculados levando-se em conta cada um desses itens, de forma que, se a organização divulgou as informações em questão em seu *site*, foi atribuída uma pontuação de um (1) e, se não, zero (0). Foram calculados os índices parciais referentes a cada categoria e, posteriormente, as informações foram agregadas para obter o DI geral (GANDÍA, 2011).

Semelhantemente, um índice de *disclosure* voluntário foi criado para 40 instituições médicas sem fins lucrativos em operação contínua em Taiwan desde 2001. Para construção desse índice, foi utilizada uma variável dicotômica para medir o comportamento das divulgações, ou seja, se uma organização divulgou voluntariamente suas demonstrações financeiras em 2003, era atribuído o valor um (1), caso contrário, zero (0). Os dados foram obtidos no *site* do Departamento de Saúde de Taiwan DOH em 2003, cabendo salientar que se referiam às demonstrações financeiras condensadas de 2001 (SAXTON; KUO; HO, 2012).

Um índice de divulgação – *Total Disclosure* – também foi desenvolvido por Saxton, Neely e Guo (2014) e utilizado como variável independente em um modelo, visando analisar a associação entre a divulgação e o recebimento de contribuições de caridade de uma amostra de 307 organizações sem fins lucrativos dos EUA em 2007 e 2008. O índice total abarcou a soma dos índices parciais de divulgação: *Financial disclosure index*, *Performance index* e *Annual report disclosure*. Os índices de desempenho e de divulgação financeira foram definidos com base na quantidade total de itens de divulgação encontrados no *website* de cada organização. Se o item constou no *site*, atribuiu-se um (1), se o item não apareceu, atribuiu-se zero (0). A divulgação do relatório anual foi considerada separadamente, mas também constituiu uma variável binária, atribuindo a cada organização um valor de um (1) se o relatório anual fosse divulgado no *site* ou zero (0) caso não fosse.

Na China, similarmente, foi estruturado um índice de divulgação, denominado *Grassroots Organizations' Transparency Index* (GTI), mas dessa vez utilizado como variável dependente do modelo, e desenvolvido para 821 organizações de serviços humanos de base. O total de itens medidos foi de 58, subdivididos em quatro índices parciais. Os subíndices incluem a divulgação de informações básicas da organização (12 itens), de estrutura de governança (20 itens), informações financeiras (16 itens) e atividades (10 itens). Uma particularidade deste estudo é que especialistas determinaram pesos para cada subíndice com base em sua respectiva importância para a credibilidade da organização dentro do contexto social da China (DENG; LU; HUANG, 2015).

No trabalho de Haski-Leventhal e Foot (2016), 163 atributos, divididos em três conjuntos separados de divulgação, sendo eles relativos a divulgação fiduciária (FIDDS), divulgação financeira (FINDS) e divulgação de desempenho (OPDS), foram avaliados para elaboração de um índice de divulgação para cada uma das 50

entidades sem fins lucrativos que operam na Austrália e compuseram a amostra. Para cada atributo divulgado, foi atribuído um valor de um (1); e se não divulgado, o valor zero (0). Para os critérios não aplicáveis a uma organização sem fins lucrativos, eles foram designados “NA” e excluídos dos cálculos de pontuação de divulgação, de forma que os resultados finais de divulgação foram obtidos com a proporção do número total de atributos divulgados em relação ao número total de atributos aplicáveis.

Já no Brasil, Lima (2009) elaborou um índice *disclosure* próprio, abrangendo informações alvo de divulgação obrigatória e voluntária, uma vez que, até então, não havia nenhum índice aplicado à realidade das Instituições de Ensino Superior Filantrópicas Brasileiras. O referido índice compôs-se de 26 itens e foi dividido em quatro conjuntos de informações, sendo eles: Informações gerais sobre a instituição, Desempenho de serviços, Desempenho Financeiro e Situação física e financeira. O objetivo deste estudo foi o de realizar uma análise comparativa entre o índice de *disclosure* e a importância atribuída por *stakeholders* sobre as informações consideradas relevantes para fins de divulgação, motivo pelo qual a variável *disclosure* citada alhures foi tida como variável explicada nos modelos estatísticos.

Ainda, no estudo realizado por Zittei, Politelo e Scarpin (2016), abrangendo uma amostra de 15 organizações participantes do projeto “Desenvolvimento de Princípios de Transparência e Prestação de Contas em Organizações da Sociedade Civil”, foi elaborado um construto com 53 itens de evidenciação contábil a partir do Pronunciamento Técnico CPC 26, que trata da apresentação das demonstrações contábeis, mais 10 itens complementares elaborados a partir da Norma Brasileira de Contabilidade NBC T 10.19, totalizando 63 itens, que foram analisados também utilizando a metodologia dicotômica de pontuação.

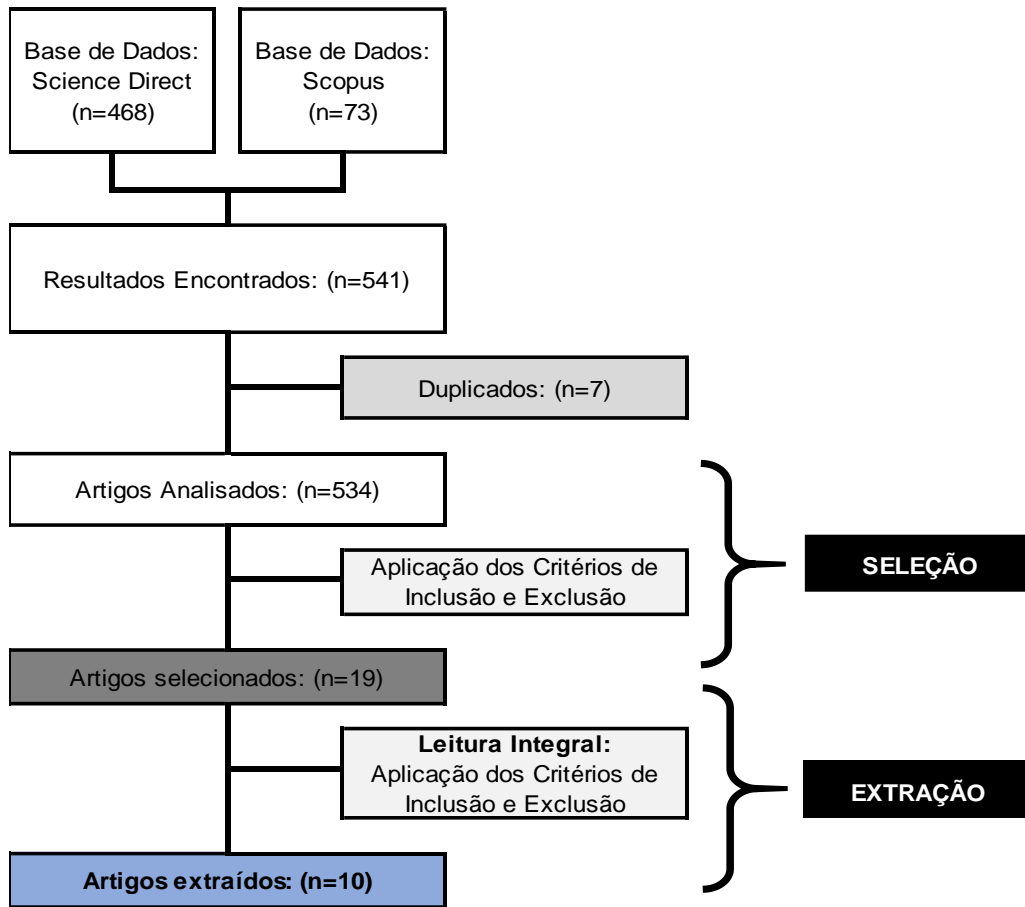
A divulgação de informações via Internet é um procedimento utilizado em todo o mundo para auxiliar no processo de comunicação entre as organizações e seus *stakeholders*. Percebe-se, portanto, que o tema tem sido foco de pesquisas em diversos países, e embora, majoritariamente, não tenham o foco de medir a qualidade da divulgação, são contributivos para medir a extensão da divulgação. Cabe salientar que, no Brasil, os estudos sobre a temática ainda são exordiais, ensejando um espaço para novos estudos.

2.4 Revisão Sistemática da Literatura

A revisão da literatura é relevante por identificar o estado da arte sobre determinado assunto, explorando o conhecimento já existente e trazendo solidez à base teórica adotada. Além disso, quando realizada de forma sistemática, fornece amparo ao pesquisador para a justificação de sua pesquisa, pois permite a identificação da novidade ou avanço que o estudo pode trazer (LEVY; ELLIS, 2006).

Assim, foi realizada uma revisão sistemática da literatura com o intuito de explorar, por meio da análise da publicação científica, o estado da arte sobre *Disclosure* em entidades sem fins lucrativos, entre o período de 2009 e 2018. As palavras-chave e as bases de dados utilizadas para o desenvolvimento da pesquisa foram selecionadas mediante análise exploratória prévia no *Google Scholar*, sendo que as bases se limitaram a *Science Direct* e *Scopus*, e as palavras-chave serão apresentadas *a posteriori*. A partir de então, foi definido e estruturado, no *software State of the Art through Systematic Review (StArt)*, o protocolo da pesquisa.

Ilustração 4 – Desenho da Revisão Sistemática



Fonte: Elaborado pela autora.

Em ambas as bases de dados foi adotada uma *string* de busca padrão: “(((“*disclosure*” OR “*divulgação*”) OR (“*communication*” OR “*comunicação*”)) AND (“*third sector*” OR “*terceiro setor*”) OR (“*nonprofit*” OR “*sem fins lucrativos*”)) AND (“*donations*” OR “*doações*”) OR (“*donors*” OR “*doadores*”))). Então, os resultados encontrados inicialmente perfizeram o total de 541 estudos.

Nas próprias bases de dados, a pesquisa foi delimitada, conforme especificações definidas previamente no referido protocolo da revisão, restringindo-se ao período de 2009 a 2018. Além disso, o tipo de documento limitou-se apenas a artigos, o campo de busca abrangeu o título, resumo e palavras-chave dos estudos, além da limitação quanto ao idioma, pois foram selecionados apenas artigos em português e inglês.

Todos os resultados inicialmente encontrados foram importados, no formato .Bibtex, para o StArt, possibilitando a condução formal do levantamento. Automaticamente, 7 artigos foram checados como duplicados e, portanto, excluídos

da revisão. Posteriormente, foram lidos os títulos, resumos e palavras-chave dos 534 estudos restantes, e também excluídos da pesquisa aqueles que se enquadravam em algum critério de exclusão, conforme sintetizado no quadro que segue, resultando em um total de 19 artigos selecionados.

Quadro 1 – Critérios de Seleção de Estudos (Inclusão e Exclusão)

Critérios de Seleção dos Estudos - Exclusão
Estudos que tratam sobre <i>disclosure</i> , mas não em <i>websites</i>
Estudos que tratam sobre <i>disclosure</i> , mas não tem como objeto entidades sem fins lucrativos
Estudo sobre entidades sem fins lucrativos, mas que não tratam sobre <i>disclosure</i>
Estudos que fogem totalmente da temática <i>disclosure</i> ou entidades sem fins lucrativos
Estudos publicados como capítulos ou resenhas de livros
Critérios de Seleção dos Estudos - Inclusão
Estudos que tratam, especificamente, sobre <i>disclosure</i> em <i>websites</i> em entidades sem fins lucrativos

Fonte: Elaborado pela autora.

Assim, após a fase de seleção, os 19 artigos foram lidos integralmente e, de maneira simultânea, foi preenchido o campo *Data Extraction Form* do *software* citado, com o fito de extrair informações básicas de cada trabalho, facilitando a apresentação dos achados. Dos 19, apenas 10 estudos foram aceitos para a fase de extração e incluídos na revisão sistemática. Os demais, ou seja, 9 artigos foram rejeitados pois, apesar de tratarem de divulgação e terceiro setor, não tinham como objetivo a análise ou construção de índices de *disclosure*, especificamente em *websites*. Desta forma, as informações dos achados encontram-se no Quadro 2.

Quadro 2 – Resultado Final com Artigos Incluídos na Revisão Sistemática

Autor(es)/Ano	Título	Journal
Saxton; Neely; Guo (2014)	<i>Web Disclosure and The Market for Charitable Contributions</i>	<i>Journal of Accounting and Public Policy</i>
Blouin; Lee; Erickson (2018)	<i>The Impact of Online Financial Disclosure and Donations in Nonprofits</i>	<i>Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing</i>
Haski-Leventhal; Foot (2016)	<i>The Relationship Between Disclosure and Household Donations to Nonprofit Organizations in Australia</i>	<i>Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly</i>
Lee; Blouin (2017)	<i>Factors Affecting Web Disclosure Adoption in the Nonprofit Sector</i>	<i>Journal of Computer Information Systems</i>
Saxton; Kuo; Ho (2012)	<i>The Determinants of Voluntary Financial Disclosure by Nonprofit Organizations</i>	<i>Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly</i>
Gandía (2011)	<i>Internet Disclosure by Nonprofit Organizations: Empirical Evidence of Nongovernmental Organizations for Development in Spain</i>	<i>Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly</i>
Ingenhoff; Koelling (2009)	<i>The potential of Web Sites as a Relationship Building Tool for Charitable Fundraising NPOs</i>	<i>Public Relations Review</i>
Nie; Liu; Cheng (2016)	<i>Exploring Factors that Influence Voluntary Disclosure by Chinese Foundations</i>	<i>Voluntas</i>
Saxton; Zhuang (2013)	<i>A Game-Theoretic Model of Disclosure–Donation Interactions in the Market for Charitable Contributions</i>	<i>Journal of Applied Communication Research</i>
Deng; Lu; Huang (2015)	<i>Transparency of Grassroots Human Service Organizations in China: Does Transparency Affect Donation and Grants?</i>	<i>Human Service Organizations: Management, Leadership and Governance</i>

Fonte: Elaborado pela autora.

Por conseguinte, no Quadro 3 são apresentados, sumariamente, os objetivos, as variáveis utilizadas nos estudos e os principais resultados das pesquisas incluídas na revisão sistemática, dado que todos os achados se valem de abordagens quantitativas para análise e tratamento dos dados e, então, para a consecução de seus objetivos.

Quadro 3 – Síntese dos Achados, Compreendendo Resumo, Principais Variáveis e Resultados

Ingenhoff; Koelling (2009)	
Objetivo	Examinar a comunicação baseada na <i>Web</i> de organizações sem fins lucrativos da Suíça, a fim de determinar em que medida elas estão usando o potencial da Internet e da <i>Web 2.0</i> para dialogar com seus <i>stakeholders</i> .
Variáveis	Dependente
	Independentes
	De controle
Não se aplica. A pesquisa valeu-se de análise quantitativa de conteúdo e análise qualitativa dos <i>sites</i> .	
Principais Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Os <i>sites</i> das organizações da pesquisa colocam maior ênfase nos aspectos técnicos e de design do que nos aspectos dialógicos dos seus <i>sites</i>. • Os <i>sites</i> das organizações fornecem utilidades de informação para os públicos de mídia em 15%, enquanto que o índice de utilidade da informação para os doadores públicos é de 62%. • As organizações que respondem às solicitações de informações de doadores e públicos de mídia geralmente fornecem mais recursos dialógicos em seus <i>sites</i> do que as organizações que não responderam. • As organizações sem fins lucrativos com rendas mais altas tendem a criar <i>sites</i> com maior capacidade dialógica.

Gandía (2011)	
Objetivo	Analisar as informações divulgadas por organizações não-governamentais espanholas e o efeito que os níveis de divulgação têm no volume de doações
Variáveis	Dependente
	Independentes
	De controle
Doações	
Captação de recursos; Preço; Idade; Controle ou não por grupo religioso; Adoção ou não de uma forma legal de fundação; Índice de divulgação na internet	
Não especificado	
Principais Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • A divulgação de informações gerais perfeitamente, em média, o valor de 5,52, em uma escala de 0 a 10, sendo esta a única categoria de divulgação que superou o “aprovado” para as <i>Nongovernmental Organizations for Development</i> (NGODs). O valor atingido pelo índice de <i>disclosure</i> total foi de 4,18 pontos, o referente à apresentação e navegabilidade do <i>site</i> 4,89, o índice de divulgação sobre governança e informações financeiras atingiu uma média de apenas 2,7 e o resultado obtido para a presença relacional na <i>Web</i> foi de 3,74. • O estudo forneceu evidências empíricas de que os doadores são sensíveis à divulgação voluntária na Internet e, portanto, reagem positivamente, doando mais. • Os resultados confirmam a hipótese de que a quantidade de informações disponíveis no <i>site</i> de uma organização é positivamente associada ao nível de contribuições recebidas a um nível de significância de 0,01.

Saxton; Kuo; Ho (2012)	
Objetivo	Desenvolver e testar um modelo dos determinantes da divulgação financeira voluntária sem fins lucrativos
Variáveis	Dependente
	Independentes
	De controle
<i>Disclosure</i> Voluntário	
Alavancagem; Tamanho; Rentabilidade; Despesa com serviço de benefício à comunidade; Tamanho do Conselho; Percentual de membros externos à diretoria; Auditoria Independente	
Doações recebidas; Proporção de receita de doação	

Principais Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Os resultados mostram que quanto maior a instituição (significativo ao nível de 0,01), maior a alavancagem financeira (nível de confiança de 0,05), menor o tamanho do conselho (correlação é estatisticamente significativa e positiva no nível 0,05) e maior o percentual de conselheiros externos, menor a probabilidade de uma instituição divulgar voluntariamente suas informações financeiras. • Outro achado é que nem a presença de conselheiros externos nem a auditoria independente estão associadas a uma maior probabilidade de divulgação voluntária. Ou seja, se o número de conselheiros externos aumentar, a probabilidade de divulgação diminui. E, de igual forma, se uma entidade se valer de uma empresa de auditoria para auditar suas demonstrações financeiras, não há um aumento na probabilidade de divulgar. • Não foi possível inferir que a divulgação de informações é afetada por doações na amostra estudada.
------------------------------	--

Saxton; Zhuang (2013)		
Objetivo	Investigar as interações organização-público e propor uma modelagem à luz da teoria dos jogos sobre as divulgações organizacionais e as doações individuais	
Variáveis	Dependente	Divulgação Doações
	Independentes	Preferência do doador para publicidade pessoal; Preferência do doador por reter dinheiro; Eficiência/eficácia da organização; Preferência do doador por doar para uma organização eficaz;
	De controle	Não se aplica
Principais Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • As divulgações ótimas aumentam linearmente com a preferência de publicidade do doador, enquanto as doações ideais veem uma taxa de crescimento não linear (convexa) positiva com níveis mais altos de preferência de publicidade do doador. • Tanto as doações quanto as revelações ótimas aumentam acentuadamente em níveis baixos de preferências dos doadores para reter dinheiro. • As doações aumentam com a eficiência da organização. No entanto, o modelo sugere que os doadores parecem dispostos a doar, mesmo que uma pequena quantia, até mesmo para instituições que são ineficientes. 	

Saxton; Neely; Guo (2014)		
Objetivo	Desenvolver e testar uma estrutura associativa entre a divulgação na <i>web</i> e o aumento de doações	
Variáveis	Dependente	Doações
	Independentes	Divulgação de informações financeiras; Divulgação de informações de desempenho; Divulgação do relatório anual; Divulgação total
	De controle	Captação de recursos; Idade; Preço; Tamanho; Dependência de doador; Subsídios do governo; entre outras
Principais Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • A análise de conteúdo mostrou que 84% das organizações da amostra mantinham um <i>website</i> no final de 2007. • 72% das organizações que tinham <i>website</i>, apresentavam pelo menos alguma divulgação relacionada ao desempenho e 12% divulgavam itens financeiros. • Existe uma correlação positiva e significativa entre as contribuições e divulgação total (nível de confiança de 0,05), divulgação de desempenho (nível de 0,05) e divulgação do relatório anual (coeficiente significativo ao nível de 0,001). • Apenas a correlação entre divulgação financeira e contribuições não é estatisticamente significativa. 	

Deng; Lu; Huang (2015)		
Objetivo	Identificar o nível de transparência das organizações de base na China e os fatores que influenciam sua transparência, além de examinar os efeitos da transparência das organizações sobre as doações recebidas e sobre a renda das subvenções	
Variáveis	Dependente	Índice de Transparência (Equação 1) Doações (Equação 2)
	Independentes	Área do programa; Tipo de registro; Localização; Idade (Equação 1) Transparência; Área do programa; Tipo de registro; Localização; Idade (Equação 2)
	De controle	Não especificado
Principais Resultados	<ul style="list-style-type: none"> Os resultados demonstram uma baixa transparência geral das organizações de base chinesas, cuja transparência é influenciada principalmente pela área do programa e pelo tipo de registro. Ainda, o estudo sugere que maior a transparência e, em particular, a transparência financeira, mais receita de doação a entidade recebe. 	

Haski-Leventhal; Foot (2016)		
Objetivo	Investigar se as organizações sem fins lucrativos que divulgam mais informações são mais propensas a atrair mais doações em relação àquelas que divulgam menos informações	
Variáveis	Dependente	Doações
	Independentes	Divulgação Total (primeira regressão); Divulgação fiduciária; Divulgação financeira; Divulgação de desempenho (segunda regressão)
	De controle	Tamanho do ativo; Idade; Gastos do Programa; Gastos com marketing e captação de recursos
Principais Resultados	<ul style="list-style-type: none"> O estudo indica que melhores práticas de divulgação, isoladamente, não geram um retorno financeiro significativo para a organização sem fins lucrativos, porque os doadores não incorporam esse tipo de informação em suas decisões de doação. Campanhas educativas, com vistas a informar os doadores sobre os motivos e benefícios da utilização da divulgação de informações para tomarem a decisão de doar exerceria um papel de extrema importância. 	

Nie; Liu; Cheng (2016)		
Objetivo	Explorar os fatores associados à divulgação voluntária das fundações chinesas com base na dependência de recursos e nas teorias institucionais	
Variáveis	Dependente	<i>Disclosure</i> Voluntário
	Independentes	Doação; Fundo restrito; Financiamento governamental; Controle governamental
	De controle	Tamanho; Idade; Capacidade de gerenciamento; Tipo
Principais Resultados	<ul style="list-style-type: none"> O estudo indica que a doação foi estatisticamente significativa (ao nível de 0,01), apresentando associação positiva à divulgação voluntária de informações. Isto apoia a hipótese que postulou que a dependência de doações motivaria as fundações a praticarem maiores níveis de divulgações voluntárias. Os resultados também evidenciam a associação positiva entre o fundo restrito e a divulgação voluntária, ou seja, o uso de fundos restritos pelas fundações, controlado por mais conselhos de doadores e supervisão de doadores, está associado a uma maior divulgação voluntária. Os resultados revelam uma associação negativa entre o financiamento do governo e a divulgação voluntária, da mesma forma acontece com o controle governamental confirmando que o controle do governo tem um impacto adverso na divulgação voluntária das fundações chinesas. 	

Lee; Blouin (2017)		
Objetivo	Desenvolver um modelo teórico derivado de pesquisa anterior sobre a adoção de sistemas de informação e inovação tecnológica e teste da capacidade do modelo de explicar a variação da adoção de divulgação na web	
Variáveis	Dependente	<i>Disclosure</i>
	Independentes	Atitude; Conscientização; Vantagem relativa; Complexidade; Compatibilidade; Prontidão financeira; Prontidão tecnológica; Pressão percebida
	De controle	Tamanho da organização; Classificação <i>National Taxonomy of Exempt Entities</i> (NTEE)
Principais Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Estudo revela que as organizações são mais propensas a indicar que divulgaram mais itens em seu <i>site</i> quando também expressaram uma atitude favorável para a divulgação (nível de significância de 0,01) e quando visualizam a divulgação na <i>Web</i> como compatível com suas práticas atuais (significância estatística ao nível de 0,01). • O estudo também identificou que a prontidão financeira é associada a maiores níveis de divulgação online (significante ao nível de 0,10). 	

Blouin; Lee; Erickson (2018)		
Objetivo	Investigar práticas de divulgação voluntária <i>online</i> e sua correlação com níveis de doação	
Variáveis	Dependente	Doações
	Independentes	Idade; Captação de Recursos; Tamanho; Alavancagem; Governança
	De controle	Não especificado
Principais Resultados	<ul style="list-style-type: none"> • Níveis mais altos de doação estão correlacionados com a divulgação voluntária de informações financeiras em <i>sites</i> (significância em 0,01). 	

Fonte: Elaborado pela autora.

Observando os trabalhos selecionados na revisão sistemática, pode-se averiguar que, de todos os que utilizaram a divulgação, *disclosure* ou índice de transparência como variável dependente ou explicada, nenhum examinou ou conciliou as percepções das organizações e dos doadores sobre a importância da divulgação em *websites*, deixando uma lacuna na literatura e ratificando as contribuições desta dissertação que, além de comparar a percepção entre as duas partes da equação – doadores e entidades – analisará a correspondência entre informações preteridas e os níveis de divulgação em *websites* praticados.

Acentua-se também que, embora os estudos trazidos tenham uma abordagem quantitativa e apresentem correlações significativas entre suas variáveis, essas correlações não traduzem, necessariamente, uma relação de causalidade. Ademais, Blouin, Lee e Erickson (2018) apontaram este fato como limitação de seu estudo, visto que os resultados encontrados foram puramente estatísticos, portanto, não abarcou nenhum senso de causalidade à coleta e análises dos dados, embora fosse possível

suspeitar que maiores níveis de divulgação voluntária causariam aumento na captação de recursos, por exemplo.

Desta forma, não obstante esta dissertação não se valer de estatísticas multivariadas, o objetivo do trabalho foi o de empreender esforços para conjecturar uma relação causal entre a percepção de doadores e gestores acerca da divulgação de informações na *web* e a efetiva prática do *disclosure*.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa, registrada com o CAAE 11923219.4.0000.0021, foi aprovada pelo Parecer Consubstanciado n. 3.304.289, emitido pelo Comitê de Ética e Pesquisa da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. A seguir, caracterizar-se-á a pesquisa, além de serem explicitados os procedimentos metodológicos para sua realização.

3.1 Caracterização da Pesquisa

Com o intuito de alcançar os objetivos propostos, foi realizada uma pesquisa descritiva e exploratória, com abordagem qualitativa, por apresentar-se mais apropriada, conforme defendem Collis e Hussey (2005), pois o trabalho possui o fito de identificar a percepção dos doadores e gestores acerca do grau de importância da divulgação de informações via *website*, permitindo a exposição da realidade múltipla vista pelos participantes do estudo, além de descobrir o nível de divulgação adotado pelas entidades do projeto Clique Esperança.

Assim sendo, este trabalho também possui um cunho interpretativo, pois conforme Creswell (2007, p. 186), “a pesquisa qualitativa é fundamentalmente interpretativa”, já que são realizadas descrições do cenário de divulgação das entidades sem fins lucrativos, e então análises são feitas, por meio da exploração das percepções dos grupos abrangidos neste trabalho – doadores e entidades – propiciando a interpretação dos dados, amparada pela teoria.

Ainda, esta pesquisa classifica-se como bibliográfica e documental, pois se valeu da revisão da literatura, bem como da utilização de demonstrativos contábeis, relatórios financeiros ou não financeiros, e outras informações públicas disponíveis nos sítios eletrônicos das instituições estudadas.

3.2 Procedimentos de Coleta de Dados

A população da pesquisa foi composta por 64 entidades do terceiro setor, participantes do “Clique Esperança”, projeto vinculado ao Fundo Municipal para a Infância e a Adolescência de Campo Grande-MS, conforme constante no *site* do projeto em julho de 2019. Contudo, foram desconsideradas para a elaboração do

índice de divulgação via *website* 38 entidades, 24 porque os respectivos *websites* não foram encontrados; 5 que, embora tenham *site*, estes são nacionais ou de um grupo de organizações, inviabilizando a construção do índice de divulgação individual; 5 *sites* apresentaram erro ou problema de acesso; e 4 por não trabalharem especificamente com crianças ou adolescentes.

3.2.1 Construção do Índice de Website Disclosure

Para maximizar a contribuição teórica deste trabalho, um índice de divulgação próprio foi elaborado, apropriado especificamente para as entidades sem fins lucrativos integrantes do Projeto Clique Esperança.

Para a coleta dos dados referentes à mensuração do nível de evidenciação das entidades objeto do estudo, foi utilizado um *checklist* contendo 20 itens, sendo 13 referentes às Informações Gerais (IG) da entidade, 5 itens sobre Informações Contábeis (IC) e 2 relativos a Informações de Desempenho (ID). Essas informações foram retiradas dos *sites* de cada organização.

A primeira seção, adaptada do trabalho de Gandía (2011), abrangeu 11 itens acerca das características e informações básicas das instituições, tais como campo de atuação, missão, visão, valores, enquadramento legal, entre outros, com o fito de identificar se essas entidades se preocupam em difundir suas atividades. Outros 2 itens – divulgação de fotos e vídeos e espaço para críticas e sugestões – foram incluídos no *checklist*, tomando por base o trabalho de Waters (2007), que defende a necessidade de um modelo de comunicação em que as entidades divulguem seu conteúdo e tenham um retorno do público, a fim de verificar se estão oferecendo informações que atendem às necessidades dos usuários da informação.

A segunda seção englobou 5 itens referentes a informações contábeis, elaborados a partir da Norma Técnica NBC TG 26 (R5) – Apresentação das Demonstrações Contábeis (2017) e da ITG 2002 (R1) – Entidade sem Finalidade de Lucros (2015), pois, embora as organizações sem fins lucrativos integrantes do Clique Esperança não sejam obrigadas a divulgar seus demonstrativos contábeis na internet, quando assim o fazem, devem obedecer tais normas, que estatuem os procedimentos de estruturação e apresentação das demonstrações contábeis, bem como informações mínimas a serem divulgadas e outros requisitos para seu conteúdo.

Cabe salientar que foram utilizados, para elaboração do *checklist*, apenas os itens da NBC TG 26 (R5) que dizem respeito ao conjunto completo de demonstrações contábeis e que estejam em concordância com a ITG 2002 (R1), norma específica para entidades sem fins lucrativos.

Já na terceira seção foram observados 2 itens de divulgação, adaptados de Lima e Pereira (2011): o quantitativo de pessoas assistidas, a fim de se verificar o desempenho dos serviços prestados, e o custo unitário de cada assistido, objetivando verificar divulgações referentes ao desempenho financeiro.

É apropriado destacar que este estudo não tentou medir a qualidade da divulgação de cada item, mas sim medir a extensão da divulgação, pois para cada item do índice, quando divulgado, foi atribuída a pontuação “1”, e em caso de não divulgação, foi atribuída a pontuação “0”.

3.2.2 Doadores

Os dados foram coletados entre os doadores do Clique Esperança mediante a aplicação de um questionário, elaborado e operacionalizado via “*Google Forms*”. O instrumento de coleta foi pré-testado, usando uma pequena amostra de conveniência para garantir a adequabilidade e o arranjo lógico das questões.

O questionário continha quatro seções. Na primeira seção, foi disponibilizado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), no qual o doador foi convidado para participar da pesquisa e, somente em caso de aceite e concordância em participar como voluntário da pesquisa, é que podia prosseguir com o preenchimento do questionário. Caso o doador não quisesse participar, ele podia selecionar a opção “Não” na página do TCLE, situação em que o questionário era finalizado, sem que houvesse prejuízo algum para o participante.

A segunda seção compôs-se de questões de múltipla escolha, visando traçar o perfil do doador. Já a terceira seção, com utilização da escala Likert, continha itens de divulgação em *websites*, e o doador expressava a importância atribuída por ele à divulgação dos itens elencados. Por fim, a quarta seção abrangia itens de *disclosure*, mas com enfoque na divulgação em Redes Sociais. O *link* para acesso ao questionário foi amplamente divulgado em redes sociais em modo público, para que outros interessados compartilhassem o *link* em seus perfis, além de disponibilizados aos escritórios de contabilidade da cidade, para que os profissionais

encaminhassem a seus clientes. O total de respondentes foi de 34, sendo que estes adotaram, para o preenchimento da terceira seção do questionário, a seguinte escala:

Quadro 4 – Pontuação da Pesquisa Atribuída pelos Doadores

Escala	Indicadores
0	Sem importância, não deve ser divulgado
1	Pouca importância, deve ser divulgado
2	Importância moderada, deve ser divulgado
3	Extremamente importante, deve ser divulgado

Fonte: Elaborado pela autora.

3.2.3 Gestores

Também foram aplicados questionários aos dirigentes responsáveis por todas as 64 instituições aptas no Clique Esperança, utilizando o “*Google Forms*”. De igual forma, os respondentes podiam participar da pesquisa, mediante aceite do TCLE, clicando em “Sim”, hipótese em que eram direcionados para o instrumento de coleta de dados. Caso não quisesse participar da pesquisa, bastava clicar em “Não”, que o formulário era imediatamente finalizado e enviado. O *link* para acesso aos questionários foi enviado aos endereços de *e-mail* dessas entidades, cabendo destacar que estes *e-mails* são públicos e disponibilizados no próprio *site* do Clique Esperança (<http://www.cliqueesperanca.org/projdoa.zul?seqprj=2>). Houve um total de 14 respostas, sendo 13 válidas, pois 1 dos respondentes não concordou com o TCLE.

Cabe salientar, ainda, que ambos os questionários utilizaram a escala Likert, pois, conforme Silva Júnior e Costa (2014), os questionados puderam se posicionar quanto ao grau de concordância com determinado constructo, sendo atribuídas pontuações, conforme o grau de importância destacado.

Quadro 5 – Pontuação da Pesquisa Atribuída pelos Gestores

Escala	Indicadores
0	Sem importância, não deve ser divulgado
1	Pouca importância, deve ser divulgado
2	Importância moderada, deve ser divulgado
3	Extremamente importante, deve ser divulgado

Fonte: Elaborado pela autora.

Ainda, como etapa final de coleta de dados nas entidades, foram realizadas entrevistas com duas organizações: uma possui *website* e a outra não, sendo estas selecionadas por conveniência e disponibilidade de participação. Assim, foi possível investigar quais os motivos para a não divulgação ou retenção de informações, bem como as dificuldades para a prática da divulgação em *websites*, conectando essas justificativas com evidências teóricas e outros achados da pesquisa.

3.3 Desenho da Pesquisa

Dado o número de organizações do terceiro setor, infere-se que o doador precisa adotar algum critério para escolher a entidade a ser beneficiada, bem como a quantia a ser doada. Assim, a prática do *disclosure* mostra-se como uma estratégia de diferenciação para as organizações, pela qual poderão comunicar-se com os potenciais doadores, a fim de atrair mais doações (SAXTON; ZHUANG, 2013).

Saxton e Zhuang (2013), partindo da premissa de que existe uma assimetria de informações considerável entre as instituições de caridade e os doadores, estabelece que uma questão fundamental norteia um dos lados da “equação” – o doador: Como posso decidir para onde doar meu dinheiro? E quanto devo doar? E, por outro lado, o dilema da entidade é: Quanto devo divulgar?

Verrecchia (1983) exemplifica esta questão ao propor um modelo buscando apresentar um equilíbrio na divulgação, em que a motivação dos gestores esteja em equilíbrio com a expectativa dos comerciantes. Assim, a evidenciação de informações é fundamental para que os doadores ou investidores sociais utilizem-nas para decidirem qual montante doar e para quem destinar seus recursos.

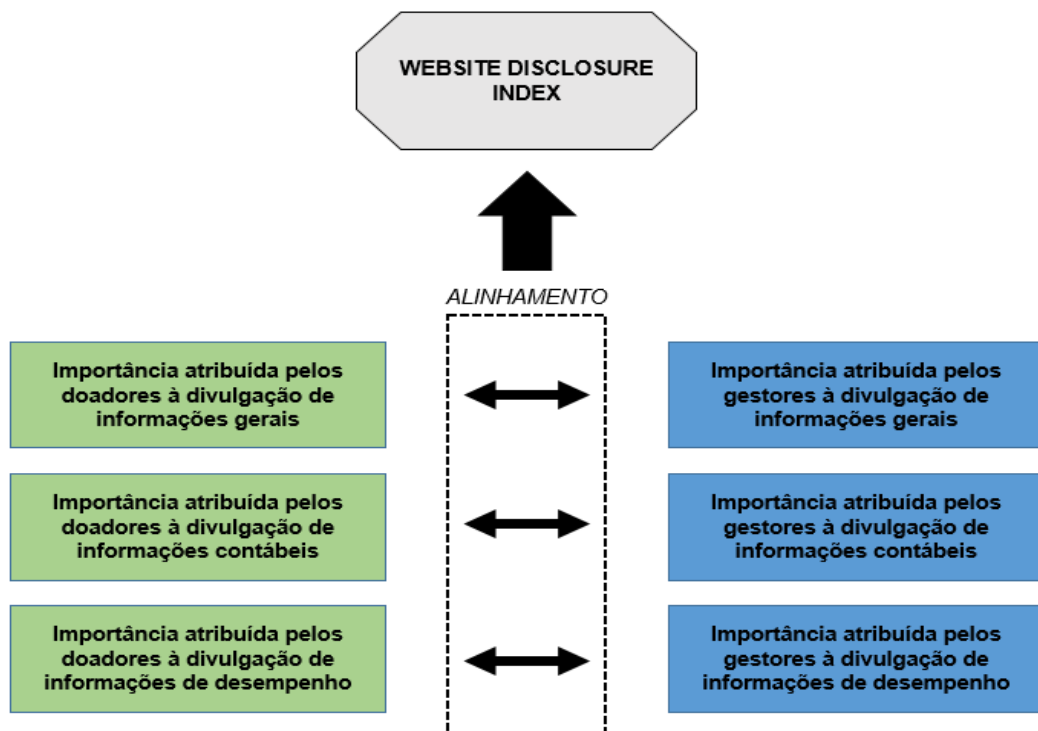
Semelhantemente, na tentativa de compreender o processo de interação entre doação e divulgação, Saxton e Zhuang (2013) afirmam que a teoria da

comunicação ou divulgação apresenta uma lacuna, visto que tem se concentrado em apenas um lado da equação, ou seja, ou no âmbito da entidade/divulgação ou no contexto de doadores/doações. Segundo os autores, essa abordagem pode embasar o pensamento que têm, mas não pode fornecer, com completude, uma explicação do processo de tomada de decisão.

Desta forma, o fundamento para entender essa interação é o reconhecimento de que os doadores reagirão estrategicamente à divulgação com base em suas preferências individuais, e que as organizações tentarão incorporar antecipadamente essas preferências em suas decisões de divulgação (SAXTON; ZHUANG, 2013).

Assim, com vistas a entender quais informações são preteridas por doadores, quais informações são tidas como importantes pelas entidades quando da divulgação e qual a correspondência dessas preferências no atual nível de *disclosure* das organizações sem fins lucrativos, os objetivos estão representados no Desenho da Pesquisa, constante na Ilustração 5.

Ilustração 5 – Desenho da Pesquisa



Fonte: Elaborado pela autora.

3.4 Procedimentos de Análise dos Dados

Os itens do *checklist* foram avaliados em planilhas, de forma dicotômica, ou seja, atribuiu-se o valor 1 para o item que a empresa divulgou em seu *website* e valor 0 para o item que a empresa não divulgou. Assim, estes dados foram analisados por meio de estatística descritiva, calculando-se o índice de *disclosure* por entidade, o percentual de divulgação por item, bem como a média de divulgação dos itens de cada categoria.

4 APRESENTAÇÃO, ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Índice de Divulgação via *Website* – WDI

Com a intenção de identificar o nível de divulgação das entidades sem fins lucrativos de Campo Grande/MS, foi construído um índice de divulgação via *website* para cada uma dessas organizações, posto que, similarmente ao mundo corporativo, é desejável que as entidades do terceiro setor utilizem a *web* para divulgar informações voluntárias, pois, conforme Lee e Blouin (2017), esse é um processo significativo para a construção de transparência e responsabilidade, já que as práticas de divulgação tradicionais e o fornecimento de informações apenas quando requerido pode apresentar-se como um impedimento à prestação de contas. Por conseguinte, na Tabela 1 são apresentados os índices encontrados, subdivididos em três categorias.

Tabela 1 - Índice de *Disclosure* via *Website* Praticado pelas Entidades do Clique Esperança (dados de agosto de 2019)

ENTIDADES	Informações Gerais (13)	Informações Contábeis (5)	Informações Desempenho (2)
	Evidencia %	Evidencia %	Evidencia %
Associação dos Amigos das Crianças com Câncer	76,92%	0,00%	50,00%
Associação Assistencial Horizonte	30,77%	0,00%	0,00%
Associação Franciscanas Angelinas	53,85%	0,00%	50,00%
Associação de Pais e Amigos do Autista	53,85%	0,00%	0,00%
Programa de Proteção em Regime de Apoio Socioeducativo em Meio Aberto	46,15%	0,00%	0,00%
Associação de Pais e Amigos de Excepcionais	100,0%	100,0%	50,00%
Associação Renasce a Esperança	53,85%	0,00%	50,00%
Associação Tagarela para o Desenvolvimento do Potencial do Portador de Necessidades Especiais	38,46%	0,00%	0,00%
Centro de Arte, Educação, Cultura Social e Meio Ambiente	69,23%	0,00%	50,00%
Centro de Integração da Criança e do Adolescente	53,85%	0,00%	50,00%
Cidade dos Meninos de Campo Grande	61,54%	0,00%	0,00%
Associação de Auxílio e Recuperação dos Hansenianos	30,77%	0,00%	0,00%
Instituto de Desenvolvimento Evangélico	61,54%	0,00%	50,00%
Instituto de Desenvolvimento Humano, Social, Econômico e Cultural Maná do Céu para os Povos	53,85%	0,00%	0,00%
Instituto Sul-Mato-Grossense para Cegos	69,23%	0,00%	50,00%
Legião da Boa Vontade	84,62%	0,00%	50,00%

ENTIDADES	Informações Gerais (13)	Informações Contábeis (5)	Informações Desempenho (2)
	Evidencia %	Evidencia %	Evidencia %
Instituto Luther King	46,15%	0,00%	0,00%
Instituto Mirim de Campo Grande MS	69,23%	100,0%	0,00%
Obras Sociais Francisco Thiesen	46,15%	0,00%	0,00%
Casa da Criança Peniel	61,54%	0,00%	0,00%
Associação Pestalozzi de Campo Grande	53,85%	0,00%	0,00%
Sociedade Assistencial Meimei	38,46%	0,00%	0,00%
Sociedade Educacional Constantino Lopes Rodrigues	46,15%	0,00%	0,00%
Sociedade Caritativa e Humanitária	53,85%	0,00%	50,00%
Instituto Kenneth Martin Coelho	69,23%	0,00%	0,00%
Instituto Adventista Central Brasileiro de Educação e Assistência Social	46,15%	0,00%	0,00%
Evidenciação Média	56,51%	7,69%	19,23%

Fonte: Elaborado pela autora.

A divulgação média da categoria 1 – Informações Gerais (IG) foi de 56,51%, ou seja, dos 13 itens, as entidades divulgam aproximadamente 7. Já a categoria 2 – Informações Contábeis (IC) apresentou uma média de divulgação de 7,69%, a menor entre elas, enquanto no que tange à categoria 3 – Informações de Desempenho, as entidades divulgaram, em média, 19,23%.

Cabe salientar que, nas categorias 2 e 3, havia apenas 5 e 2 itens de divulgação, respectivamente, de forma que os percentuais médios apresentados traduzem a disponibilização de menos de 1 item nos *websites*.

Para Haski-Leventhal e Foot (2016), a disponibilização de informações contábil-financeiras fornece bases descritivas e de monitoramento da saúde financeira e consequente perenidade da organização. A baixa ou nenhuma divulgação, caso este de 24 das 26 organizações componentes da amostra, impossibilita a avaliação, por parte dos doadores, da capacidade econômico-financeira e de continuidade que as organizações têm.

Em termos comparativos, o estudo realizado por Haski-Leventhal e Foot (2016), que analisou 163 atributos, trouxe uma média de divulgação total de 52,90%, e o de Zittei, Politelo e Scarpin (2016), cujo índice compôs-se de 63 itens, apresentou um nível de evidenciação de 27%, enquanto a média de divulgação total da presente pesquisa fez um percentual de 40,58%.

O índice deste estudo compôs-se de um *checklist* de 20 itens, que serão apresentados individualmente, em suas respectivas categorias, destacando-se a quantidade e os percentuais das entidades que evidenciam e não evidenciam, em seus *websites*, esses itens, bem como a evidenciação média das categorias.

Tabela 2 - Informações Gerais Divulgadas via Website

Categoria	Itens de <i>Disclosure</i>		Frequência			
			Evidencia (1)		Não evidencia (0)	
			Quant.	%	Quant.	%
INFORMAÇÕES GERAIS - IG	1	Campo de atuação	25	96,15%	1	3,85%
	2	Histórico da entidade	20	76,92%	6	23,08%
	3	Missão	14	53,85%	12	46,15%
	4	Visão	10	38,46%	16	61,54%
	5	Valores	6	23,08%	20	76,92%
	6	Serviço de Notícias	14	53,85%	12	46,15%
	7	Localização	25	96,15%	1	3,85%
	8	Contato	25	96,15%	1	3,85%
	9	Número total de funcionários contratados	1	3,85%	25	96,15%
	10	Número total de voluntários	3	11,54%	23	88,46%
	11	Divulgação de redes sociais	19	73,08%	7	26,92%
	12	Espaço para sugestão ou críticas (ouvidoria)	3	11,54%	23	88,46%
	13	Divulgação de fotos e/ou vídeos	26	100,0%	0	0,00%
Evidenciação Média - Categoria 1 - IG			14,69	56,51%	11,31	43,49%

Fonte: Elaborado pela autora.

A divulgação de informações gerais foi a categoria com maior nível de *disclosure*. Divulgar o campo de atuação, o histórico da entidade, fotos e vídeos, a localização, o contato, entre outras informações básicas, é relevante para que a entidade externalize sua causa, aproximando-se e interagindo com os interessados em seu exercício, de forma que consolide uma boa reputação e construa confiança, inter-relacionando-se, principalmente, com os atuais e potenciais doadores que, ao aproximarem-se da causa, podem realizar mais doações.

Em comparabilidade com os resultados encontrados por Gandía (2011), cujo índice também foi dividido em categorias, cabendo salientar que na categoria referente às informações gerais existiam 19 itens, o *score* médio de divulgação foi de 5,52 ou 55,2% em termos percentuais, assemelhando-se aos resultados deste estudo, cuja média de divulgação de informações gerais foi de 56,51%.

Cabe destacar que 3 entidades possuem em seus *sites* espaço para sugestões ou críticas, sendo que apenas uma nomeia esse instrumento de

comunicação como “Ouvidoria”, explicando o que é, para que serve e como são dados os atendimentos a essas manifestações. Para Tondolo et al. (2016), as ações das entidades para responderem e quem sabe implementarem as sugestões recebidas das partes interessadas, beneficiários e comunidade em geral evidencia uma política de transparência na gestão de resultados. As outras duas possuem um espaço “Fale Conosco” que, embora não seja intitulado de “Ouvidoria”, traz declarações expressas de que as mensagens enviadas poderão conter dúvidas, sugestões, críticas ou observações, visando ao aprimoramento da instituição.

Manter um espaço para sugestões e críticas em *websites* é uma estratégia mencionada por Waters (2007) que garante o acesso dos doadores às entidades e vice-versa, fortalecendo o relacionamento organização-público, além de ser um meio de monitorar os resultados, bem como a eficácia e a eficiência das ações desempenhadas pelas organizações em prol de um determinado público (TONDOLO et al., 2016).

Das 23 entidades restantes, 19 possuem espaço “Fale Conosco”, mas não trazem nenhuma declaração expressa de qual a utilidade dessas mensagens, 2 não possuem espaço para mensagens e 2 apresentaram erro ou problema de acesso no *site* quando do levantamento desse item específico. Como este estudo se restringe à uma análise quantitativa e objetiva, não levando em consideração a parte qualitativa dos itens de divulgação, as entidades que não declararam expressamente ter um espaço para críticas, dúvidas e sugestões receberam a pontuação “0” no item 12 do índice – “Ouvidoria”.

Outro aspecto importante refere-se à divulgação das redes sociais da entidade por 73,08% das entidades componentes da amostra. Embora esta pesquisa concentre-se na prática do *disclosure* via *website*, é inegável a relevância e crescente uso das redes sociais para divulgação de informações, pois, conforme enfatizam Mota e Pinto (2017, p. 28), são “uma fonte de buscas e acesso rápido, assim como um instrumento atrativo para investidores que através destas redes podem captar informações que diminuam a assimetria informacional”.

Tabela 3 - Conjunto Completo de Demonstrações Contábeis- NBC TG 26 (R5)

Categoria	Itens de <i>Disclosure</i>		Frequência			
			Evidencia (1)		Não evidencia (0)	
			Quant.	%	Quant.	%
INFORMAÇÕES CONTÁBEIS - IC	14	Balanço Patrimonial	2	7,69%	24	92,31%
	15	Demonstração do Resultado do Período	2	7,69%	24	92,31%
	16	Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido	2	7,69%	24	92,31%
	17	Demonstração dos Fluxos de Caixa	2	7,69%	24	92,31%
	18	Notas Explicativas	2	7,69%	24	92,31%
	Evidenciação Média - Categoria 2 - IC		2	7,69%	24	92,31%

Fonte: Elaborado pela autora.

Como pode-se observar, apenas 2 das entidades da amostra, o que corresponde a 7,69%, divulgaram o conjunto completo de demonstrações contábeis, valor inferior ao apresentado pelo estudo de Zittei, Politelo e Scarpin (2016), cuja amostra era de 15 entidades, sendo que 7 delas divulgaram Balanço Patrimonial e Demonstração do Resultado do Exercício, 4 disponibilizaram em seus *sites* a Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido e 3 a Demonstração dos Fluxos de Caixa e Notas Explicativas; e também inferior aos resultados encontrados no estudo de Gandía (2011), cujo índice de divulgação sobre governança e informações financeiras foi de 2,70, numa escala de 0 a 10.

A baixa divulgação pode ser um fator limitador, conforme apresentado na literatura, visto que é por meio das informações contábeis e financeiras que o doador pode avaliar como seu dinheiro vêm sendo aplicado (SAXTON; KUO; HO, 2012).

Tabela 4 - Informações de Desempenho

Categoria	Itens de <i>Disclosure</i>		Frequência			
			Evidencia (1)		Não evidencia (0)	
			Quant.	%	Quant.	%
INFORMAÇÕES DESEMPENHO - ID	19	Quantitativo de pessoas assistidas	10	38,46%	16	61,54%
	20	Custo por pessoa assistida	0	0%	26	100%
	Evidenciação Média - Categoria 3 - ID		5	19,23%	21	80,77%

Fonte: Elaborado pela autora.

A divulgação de desempenho, para Haski-Leventhal e Foot (2016), é a disponibilização de informações referentes à eficácia e eficiência das atividades de uma organização sem fins lucrativos. Lima (2009) elencou 13 itens de *disclosure* de desempenho, sendo 6 referentes ao “Desempenho dos serviços” e 7 sobre “Desempenho Financeiro” das 146 instituições estudadas, enquanto para este estudo foram adotados apenas 2 itens.

Repara-se que 10 entidades (38,46%) divulgaram em seus *websites* o quantitativo de pessoas assistidas e nenhuma divulgou o custo por pessoa assistida, resultado este que se assemelha ao encontrado por Lima (2009), no qual nenhuma instituição divulgou o número de estudantes atendidos, nem o custo unitário por estudante.

Para Saxton, Kuo e Ho (2012), a divulgação de informações financeiras e de desempenho ganhou destaque em debates recentes, visando promover a criação de um setor sem finalidade lucrativa mais responsável e transparente. Assim, nota-se a necessidade de as organizações campo-grandenses encorajarem-se na divulgação desse tipo de informação.

Tabela 5 - Estatística Descritiva do Nível de *Disclosure*

Categorias de Análise		Média	Mínimo	Máximo
IG	Categoria 1 – Informações Gerais	56,51%	30,77%	100,00%
IC	Categoria 2 – Informações Contábeis	7,69%	0,00%	100,00%
ID	Categoria 3 – Informações de Desempenho	19,23%	0,00%	50,00%
ÍNDICE GERAL – (IG+IC+ID)		40,58%	20,00%	95,00%

Fonte: Elaborado pela autora.

Em síntese, os níveis médios de evidenciação por categoria de análise, bem como outras estatísticas descritivas acerca do *disclosure* praticado foram apresentadas na Tabela 5. Constata-se então que, nas categorias 2 e 3, houve entidades que não divulgaram nenhum item do grupo, enquanto no que tange às categorias 1 e 2, houve entidade que divulgou a totalidade dos itens do *checklist*. Cabe salientar que, nas análises estatísticas do índice geral, foram consideradas a

divulgação das três categorias, proporcionalmente à totalidade dos 20 itens do índice.

4.2 Importância Atribuída à Divulgação Voluntária de Informações via *Website*

4.2.1 Perfil dos Respondentes

A fim de identificar qual a percepção dos doadores quanto à importância da divulgação de informações pelas entidades em seus respectivos *websites*, foram aplicados questionários, conforme explicitado alhures.

O total de doadores/doações ao Clique Esperança em 2018 foi de 239, sendo 229 pessoas físicas e 10 pessoas jurídicas, conforme Quadro Demonstrativo de Quantidade de Doações ao FMIA (ver Anexo 1), fornecido pela Secretaria Municipal de Assistência Social de Campo Grande/MS. Esta pesquisa atingiu o total de 26 doadores pessoas físicas, o que representa, aproximadamente, 11% da população, sendo esta amostra significativa a um nível de confiança de 85%.

Quanto às entidades, conforme levantamento realizado em julho de 2019, existiam 64 entidades vinculadas ao Clique Esperança e aptas a receberem doações, sendo que, destas, 14 responderam o questionário, cabendo salientar que apenas 13 compuseram a amostra final, pois concordaram com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

4.2.1.1 Doadores

Dos respondentes, 46,2% são do sexo feminino e 53,8% do sexo masculino, com idade variando de 36 a 75 anos. Quanto à escolaridade, 65,4%, ou seja, 17 respondentes declararam ter especialização, mestrado ou doutorado completos, 23,1% ensino superior completo e 11,5% ensino médio completo.

Uma informação importante levantada foi o fato de que 57,7% dos doadores nem sempre procuram e visitam o *website* da(s) entidade(s) à(s) qual(is) pretendem doar, e um número ainda maior – 61,5% ou 16 respondentes – não acessam as redes sociais das entidades sem fins lucrativos às quais pretendem doar.

Mas apesar de grande parte dos doadores não acessarem os *websites* ou redes sociais, acham importante que a entidade divulgue suas informações, nos

meios que serão apresentados no Gráfico 1, e ainda mais de 92% dos doadores manifestaram-se positivamente à devolução por *e-mail* ou correspondência em residência, por parte das entidades, de relatórios das principais atividades por elas realizadas durante determinado período.

Gráfico 1 – Meios Importantes e Acessíveis para a Divulgação de Informações



Fonte: Elaborado pela autora.

4.2.1.2 Entidades

Para consecução desta pesquisa, os gestores, representando as entidades pesquisadas, responderam o questionário. Mais de 75% dos respondentes são do sexo feminino e a idade dos gestores varia entre 31 e 70 anos, cabendo destacar que a maior parte possui mais de 45 anos.

No que tange aos aspectos profissionais, a totalidade dos gestores afirmaram possuir nível superior completo, e trabalharem nas respectivas instituições, em média, há mais de 10 anos, sendo que o gestor com menos tempo de trabalho já desempenha sua função há 2 anos e o com mais tempo de trabalho é funcionário contratado ou voluntário há 21 anos.

Todos os gestores concordaram ser necessário e relevante que a entidade mantenha um *website* e divulgue informações voluntárias nele e, de igual forma, declararam ser imprescindível a utilização de redes sociais. Quando questionados sobre onde julgavam ser mais acessível e relevante a entidade divulgar informações,

92,3% optaram pelas redes sociais, tais como *Facebook* e *Instagram*, e 7,7% afirmaram ser em um *site*. Lee e Blouin (2017) afirmaram que, quando um gestor reconhece a importância e mostra-se favorável à divulgação de informações via *website*, as entidades são mais propensas a adotar o *disclosure*.

Aproximadamente 46,2% dos respondentes afirmaram que as entidades às quais estão vinculados não possuem *site*, embora nas perguntas anteriores tenham demonstrado uma percepção positiva com relação a este, o que evidencia que a não utilização de *site* e, conseqüentemente, a não adoção da divulgação de informações via *website*, não se deve à falta de consciência ou atitude dos gestores, mas pode decorrer de outros obstáculos, que serão explorados adiante.

Ainda, a totalidade de gestores concordou ser pertinente que as organizações devolvam ao doador, seja por *e-mail*, seja por correspondências em residência, um relatório das principais atividades realizadas durante determinado período, embora para Lee e Blouin (2017) a divulgação manual de informações, ou seja, divulgar informações apenas quando requeridas e em cópias impressas não representa uma transparência significativa.

4.2.2 Respostas Obtidas Mediante Aplicação dos Questionários

O instrumento de coleta de dados foi disponibilizado aos participantes via “*Google Forms*”, entre 15/08/2019 e 06/09/2019 para as entidades e 12/08/2019 e 21/10/2019 para os doadores, sendo que os respondentes de ambos os grupos basearam-se na escala de 0 a 3 pontos para responderem às perguntas, atribuindo-se 0 para “Sem importância, não deve ser divulgado”; 1 para “Pouca importância, deve ser divulgado”; 2 para “Importância moderada, deve ser divulgado”; e, por fim, 3 para “Extremamente importante, deve ser divulgado”.

Tabela 6 - Importância Atribuída à Divulgação de Informações Gerais

	DOADORES					ENTIDADES			
	Importância Extrema	Importância Moderada	Pouca Importância	Sem Importância		Sem Importância	Pouca Importância	Importância Moderada	Importância Extrema
1. Campo de Atuação	50,00%	30,77%	15,38%	3,85%	↔	0,00%	0,00%	7,69%	92,31%
2. Histórico da Entidade	50,00%	42,31%	7,69%	0,00%	↔	0,00%	0,00%	23,08%	76,92%
3. Missão	34,62%	46,15%	19,23%	0,00%	↔	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
4. Visão	30,77%	50,00%	19,23%	0,00%	↔	0,00%	0,00%	23,08%	76,92%
5. Valores	46,15%	34,62%	19,23%	0,00%	↔	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
6. Espaço para Notícias	50,00%	34,62%	15,38%	0,00%	↔	0,00%	0,00%	15,38%	84,62%
7. Localização	34,62%	30,77%	30,77%	3,85%	↔	0,00%	0,00%	15,38%	84,62%
8. Contato	50,00%	38,46%	11,54%	0,00%	↔	0,00%	0,00%	15,38%	84,62%
9. Nº Funcionários Contratados	23,08%	53,85%	23,08%	0,00%	↔	23,08%	15,38%	38,46%	23,08%
10. Nº Voluntários	26,92%	46,15%	26,92%	0,00%	↔	15,38%	7,69%	30,77%	46,15%
11. Ouvidoria	42,31%	34,62%	23,08%	0,00%	↔	0,00%	0,00%	38,46%	61,54%
12. Fotos e Vídeos	46,15%	50,00%	3,85%	0,00%	↔	0,00%	0,00%	23,08%	76,92%
13. Link para Acesso às Redes Sociais	42,31%	34,62%	19,23%	3,85%	↔	0,00%	0,00%	23,08%	76,92%

Fonte: Elaborado pela autora.

Constata-se, pela observação da Tabela 6, que tanto os doadores quanto as entidades, estas representadas por seus gestores, acham importante a divulgação de informações gerais nos *websites* das organizações. Embora o grau de importância varie, a classificação dos itens em “Pouca Importância”, “Importância Moderada” ou “Importância Extrema” implica na divulgação do item, sendo que apenas os respondentes que assinalaram a opção “Sem Importância” não acham relevante e, por conseguinte, dispensam a divulgação da informação.

Assim sendo, pode-se afirmar que não existe unanimidade quanto à prática de *disclosure* de cinco, dos treze itens componentes do grupo de Informações Gerais, visto que, para 3,85% dos doadores, divulgar o campo de atuação, a localização e o *link* para acesso às redes sociais é dispensável, e para os gestores,

é sem importância e não deve ser divulgado o número de funcionários contratados e o número de voluntários.

Quanto aos demais itens, tais como visão, missão, valores, campo de atuação, espaço para divulgação de notícias, entre outros, tanto os doadores quanto as entidades acham relevante que sejam divulgados, o que se confirma com a afirmação de Gandía (2011), visto que a divulgação desses itens gerais reflete o desejo da organização em estar presente na Internet, mantendo um relacionamento com a sociedade acerca dos projetos que estão sendo desenvolvidos, bem como acerca da gestão dos recursos financeiros.

Outro resultado importante desta pesquisa, já apresentado anteriormente e que se deve destacar, é o fato de que a maioria dos doadores não acessa os *sites* das organizações quando vai fazer uma doação, mas, mesmo assim, acham relevante que a entidade o mantenha, evidenciando que os doadores também valorizam a simples presença na Internet.

Tabela 7 - Importância Atribuída à Divulgação de Informações Contábeis

	DOADORES					ENTIDADES			
	Importância Extrema	Importância Moderada	Pouca Importância	Sem Importância		Sem Importância	Pouca Importância	Importância Moderada	Importância Extrema
14. Balanço Patrimonial	46,15%	23,08%	30,77%	0,00%	↔	7,69%	0,00%	23,08%	69,23%
15. Demonstração do Resultado do Exercício	53,85%	23,08%	23,08%	0,00%	↔	7,69%	7,69%	23,08%	61,54%
16. Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido	42,31%	26,92%	19,23%	11,54%	↔	15,38%	0,00%	30,77%	53,85%
17. Demonstração dos Fluxos de Caixa	46,15%	34,62%	19,23%	0,00%	↔	15,38%	7,69%	46,15%	30,77%
18. Notas Explicativas	50%	26,92%	19,23%	3,85%	↔	15,38%	7,69%	23,08%	53,85%

Fonte: Elaborado pela autora.

Concernente às informações contábeis, apenas 7,69% das entidades consideraram não haver importância na divulgação do Balanço Patrimonial e da Demonstração do Resultado do Exercício, e 15,38% opinaram não ser importante divulgar os demais demonstrativos contábeis.

Diferentemente, a totalidade de doadores manifestaram-se favoráveis à divulgação do Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício e Demonstração dos Fluxos de Caixa, itens 14, 15 e 17 do *checklist*, respectivamente, e ainda, 88,46% responderam pela disponibilização da Demonstração das Mutações

do Patrimônio Líquido e 96,15% pela divulgação das Notas Explicativas, conquanto tenham atribuído graus diferentes de importância em relação à presença desses itens nos *websites*.

Esses resultados corroboram com o exposto por Zittei, Politelo e Scarpin (2016, p. 88), pois “os investidores sociais utilizam as informações contábeis juntamente com as demais informações fornecidas pela entidade para decidirem quanto às suas doações”, e ainda sugerem que, ao atender as necessidades específicas informacionais dos doadores, as organizações sem fins lucrativos são propensas a receber mais doações, se divulgam voluntariamente informações financeiras formais *online* (BLOUIN; LEE; ERICKSON, 2018).

Tabela 8 - Importância Atribuída à Divulgação de Informações de Desempenho

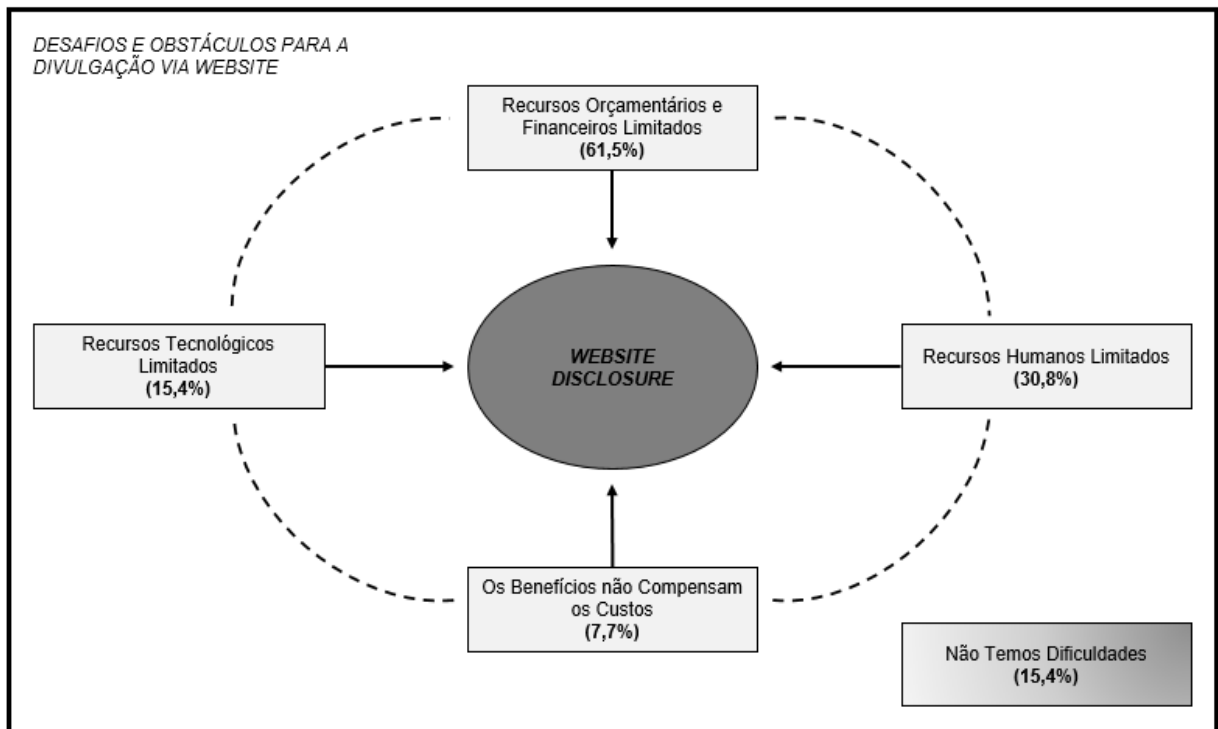
	DOADORES				↔	ENTIDADES			
	Importância Extrema	Importância Moderada	Pouca Importância	Sem Importância		Sem Importância	Pouca Importância	Importância Moderada	Importância Extrema
19. Quantidade de Pessoas Assistidas	84,62%	11,54%	3,85%	0,00%	↔	7,69%	0,00%	7,69%	84,62%
20. Custo por Pessoa Assistida	76,92%	19,23%	3,85%	0,00%	↔	7,69%	0,00%	30,77%	61,54%

Fonte: Elaborado pela autora.

Por fim, observa-se que a integralidade dos doadores julga ser necessário que as entidades divulguem informações de desempenho em seus *websites*, e ainda mais de 80%, em média, atribui importância extrema a essa prática. Os gestores, proeminentemente, concordam com os doadores, com exceção de 7,69% dos gestores respondentes, que atribuíram nenhuma importância ao *disclosure* dessas informações e, conseqüentemente, escusam a disponibilização do quantitativo de pessoas assistidas e do custo por pessoa assistida nos *websites* das entidades.

Ressalvados alguns itens pontuais, conforme já explanado, tanto os doadores quanto os gestores posicionaram-se favoráveis à divulgação via *website*. Contudo, as organizações não praticaram *full disclosure*, suscitando a necessidade de se conhecer quais os motivos para a não divulgação ou para a retenção de informações pelas entidades, visto que, pela percepção dos gestores inquiridos, a prática da divulgação é importante, e essa consciência, segundo Lee e Blouin (2017), seria o primeiro passo para que uma entidade adotasse uma prática inovadora.

Ilustração 6 – Desafios e Obstáculos para a Prática do *Disclosure* via *Website*



Fonte: Elaborado pela autora.

Por isso, os gestores foram interrogados em relação aos obstáculos e desafios percebidos para a adoção da divulgação via *website*, porquanto já haviam sido levantados os níveis de divulgação de cada entidade, e como foi apresentado na seção 4.1 – Índice de Divulgação via *Website* - WDI, pode-se observar certa debilidade.

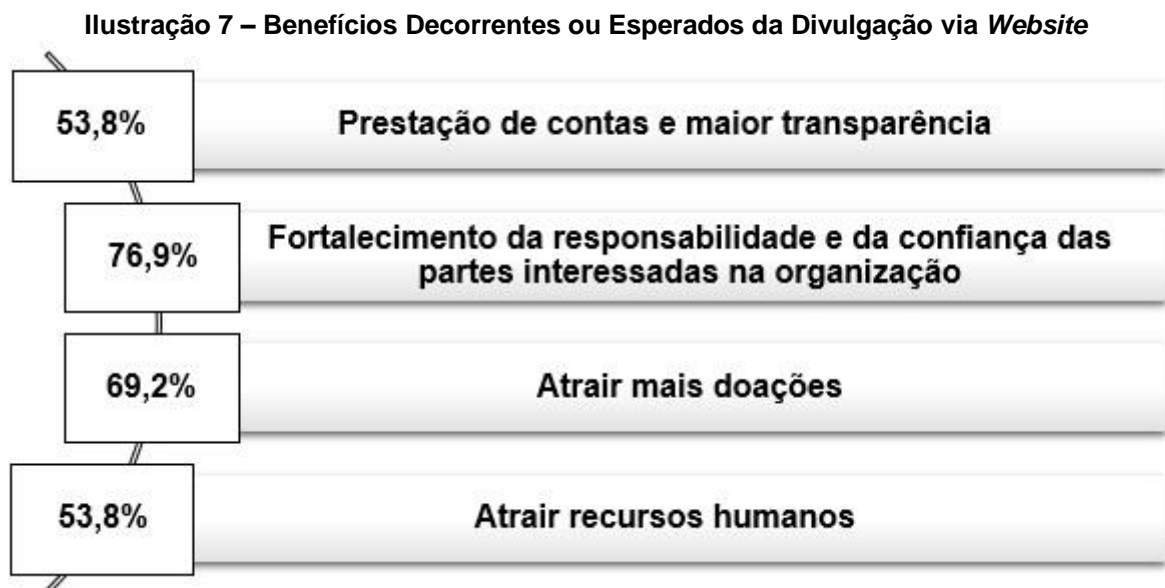
Nota-se que 61,5% dos inquiridos atestaram que restrição financeira e orçamentária é um obstáculo para a prática do *disclosure*. Embora tenha sido apresentado na literatura que a divulgação em *websites* possui um baixo custo, existem custos associados à divulgação (SALOTTI; YAMAMOTO, 2005). Em decorrência disso, faz-se necessário balancear se os benefícios decorrentes dessa prática compensam os custos, e são os gestores, como tomadores de decisões, que fazem esse julgamento, conforme já propunha a taxonomia de Verrecchia (2001).

Apenas 7,7% dos respondentes afirmaram que os benefícios da divulgação não compensam os custos e, por isso, pode-se inferir que a falta de recursos é um obstáculo eminente para o *disclosure* nas organizações sem fins lucrativos pesquisadas, visto que reconhecem os benefícios associados à tal prática. Este achado corrobora com o apresentado no estudo de Lee e Blouin (2017), no qual a

hipótese de que prontidão financeira, medida pela percepção dos gestores acerca da disponibilidade orçamentária, da entidade está associada a mais divulgação *online*.

Além disso, a limitação com recursos tecnológicos e a quantidade restrita de recursos humanos também foram tópicos pontuados pelos gestores como desafio e obstáculo para a divulgação via *website*.

Os gestores também foram inquiridos acerca do porquê é importante a prática do *disclosure*, e então as entidades que já possuíam *sites* puderam expor os motivos que as fazem divulgar informações neles e as que não têm puderam redarguir quais os motivos ou benefícios esperados com a adoção dessa prática. As respostas estão sintetizadas na Ilustração 7, como segue.



Fonte: Elaborado pela autora.

Ademais, um dos gestores respondentes suscitou que o maior benefício decorrente da manutenção de um *website*, principalmente como meio para o *disclosure* é que é possível “Mostrar a seriedade da obra e suscitar a confiança de terceiros na atuação da entidade e no desenvolvimento da obra”, confirmando o aduzido por Saxton, Kuo e Huo (2012) e Gandía (2011).

4.2.3 Alinhamento entre a Importância Atribuída por Doadores e Gestores à Divulgação de Informações

Tendo em vista o impasse existente entre os doadores e as entidades, estas sobre a extensão do *disclosure* a se praticar, aqueles acerca do montante de doações e qual organização receberá seu investimento, bem como a assimetria informacional presumível entre eles, que são, de acordo com Saxton e Zhuang (2013), fatores motivadores para a análise do alinhamento entre a importância que ambas as partes – doadores e entidades – dão à divulgação de informações via *website*, análise esta desenvolvida neste tópico.

Cabe destacar que, embora fosse possível eleger o grau de importância quando do preenchimento do questionário, esta seção se limitou a uma investigação dicotômica das respostas dos doadores e dos gestores, ou seja, foram somadas as respostas relativas aos graus de importância 1, 2 e 3, ou Pouca Importância, Importância Moderada e Importância Extrema, respectivamente, pois esses pontos da escala Likert implicavam na divulgação do item, enquanto o ponto 0 da escala, ou seja, Sem Importância, implicava na não divulgação.

Consequentemente, as percepções foram consideradas totalmente alinhadas quando um percentual idêntico de doadores e gestores decidiram pela divulgação ou não divulgação de determinado item. Em contrapartida, se percentuais diferentes de doadores e gestores escolheram pela divulgação ou não divulgação, o alinhamento foi considerado parcial. Destaca-se que não houve nenhum caso de total desalinhamento, em que todos os doadores optaram pela divulgação e os gestores pela não divulgação, ou vice-versa.

Desta forma, consoante ao apresentado nas Tabelas 9, 10 e 11, o objetivo de se examinar se as percepções dos doadores e entidades estão alinhados ou não foi traçado com vistas a estudar algumas possíveis explicações para o atual índice de *disclosure* praticado pelas entidades.

Tabela 9 - Alinhamento entre a Importância Atribuída por Doadores e Gestores à Divulgação de Informações Gerais

	DOADORES		ENTIDADES		ALINHAMENTO
	DIVULGAR	NÃO DIVULGAR	NÃO DIVULGAR	DIVULGAR	
1. Campo de Atuação	96,15%	3,85%	0,00%	100,00%	PARCIAL
2. Histórico da Entidade	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	TOTAL
3. Missão	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	TOTAL
4. Visão	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	TOTAL
5. Valores	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	TOTAL
6. Espaço para Notícias	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	TOTAL
7. Localização	96,15%	3,85%	0,00%	100,00%	PARCIAL
8. Contato	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	TOTAL
9. Nº Funcionários Contratados	100,00%	0,00%	23,08%	76,92%	PARCIAL
10. Nº Voluntários	100,00%	0,00%	15,38%	84,62%	PARCIAL
11. Ouvidoria	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	TOTAL
12. Fotos e Vídeos	100,00%	0,00%	0,00%	100,00%	TOTAL
13. Link para Acesso às Redes Sociais	96,15%	3,85%	0,00%	100,00%	PARCIAL

Fonte: Elaborado pela autora.

Constata-se que 8 dos 13 itens da categoria de informações gerais evidenciaram alinhamento total, visto que tanto os doadores quanto os gestores acham importante disponibilizar tais itens nos *websites* das entidades.

Houve uma pequena discordância entre os grupos de respondentes no que tange à divulgação do campo de atuação, localização e *link* para acesso às redes sociais, porquanto 3,85% dos doadores dispensaram a divulgação de tais itens, enquanto todas as entidades, representadas por seus gestores, defenderam a

divulgação. Por outro lado, 23,08% e 15,38% dos gestores dispensaram o *disclosure* do número de funcionários contratados e do número de voluntários, respectivamente, ao passo que 100% dos doadores acham relevante a divulgação de ambos os dados.

Tabela 10 - Alinhamento entre a Importância Atribuída por Doadores e Gestores à Divulgação de Informações Contábeis

	DOADORES		ENTIDADES		ALINHAMENTO
	DIVULGAR	NÃO DIVULGAR	NÃO DIVULGAR	DIVULGAR	
14. Balanço Patrimonial	100,00%	0,00%	7,69%	92,31%	PARCIAL
15. Demonstração do Resultado do Exercício	100,00%	0,00%	7,69%	92,31%	PARCIAL
16. Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido	88,46%	11,54%	15,38%	84,62%	PARCIAL
17. Demonstração dos Fluxos de Caixa	100,00%	0,00%	15,38%	84,62%	PARCIAL
18. Notas Explicativas	96,15%	3,85%	15,38%	84,62%	PARCIAL

Fonte: Elaborado pela autora.

No que diz respeito à divulgação de informações contábeis, nenhum dos itens mostrou alinhamento total. Para todos os doadores, o Balanço Patrimonial e a Demonstração do Resultado do Exercício devem ser disponibilizados no *website* das entidades, mas 7,69% dos gestores inquiridos acham dispensável a divulgação desses itens. Quanto à Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido, houve pouca dissensão entre os grupos, visto que 11,54% dos doadores não acham importante a divulgação dessa demonstração e 15,38% dos gestores também dispensam a divulgação do item. Já a Demonstração dos Fluxos de Caixa e as Notas Explicativas têm a divulgação dispensada por 15,38% dos gestores, mas 100% dos doadores acham importante e necessária a divulgação da Demonstração dos Fluxos de Caixa e 96,15% defendem ser oportuna a prática do *disclosure* das Notas Explicativas.

Tabela 11 - Alinhamento entre a Importância Atribuída por Doadores e Gestores à Divulgação de Informações de Desempenho

	DOADORES		ENTIDADES		ALINHAMENTO
	DIVULGAR	NÃO DIVULGAR	NÃO DIVULGAR	DIVULGAR	
19. Quantidade de Pessoas Assistidas	100,00%	0,00%	7,69%	92,31%	PARCIAL
20. Custo por Pessoa Assistida	100,00%	0,00%	7,69%	92,31%	PARCIAL

Fonte: Elaborado pela autora.

Por fim, como pode-se verificar na Tabela 11, todos os doadores reconheceram a importância das informações de desempenho e manifestaram-se favoráveis à sua divulgação. Contudo, 7,69% dos gestores respondentes optaram pela não divulgação da quantidade de pessoas assistidas e o custo por pessoa assistida.

Cabe salientar que um dos gestores afirmou:

Não acho que seja importante divulgar o custo periódico de cada assistido. Quando os doadores solicitarem particularmente, podemos fornecer essa informação, mas divulgá-la em nosso *website* pode ser um risco, visto que outras pessoas/entidades podem usá-la contra nós.

Tal alegação se confirma com o trazido no estudo realizado por Healy e Palepu (2001), que embora reconheça que a divulgação de relatórios financeiros e de outras informações seja importante para comunicar o desempenho da empresa a investidores externos, os gestores também devem considerar os riscos relativos à abertura dessas informações a outras entidades concorrentes, que podem utilizá-las em seu benefício. Não obstante o estudo de Healy e Palepu (2001) faça referência ao mercado de capitais, a mesma inferência pode ser feita às entidades do terceiro setor que, apesar de não terem finalidade lucrativa, apresentam-se competitivas.

4.3 Comparação entre o *Disclosure* Praticado pelas Entidades Integrantes do Clique Esperança e a Importância Atribuída pelos Respondentes à Divulgação de Informações

Preliminarmente, apresenta-se, nas Tabelas 12, 13 e 14, o nível médio de cada item de *disclosure* praticado pelas entidades integrantes da amostra pesquisada, conforme metodologia adotada e já exposta neste trabalho para a construção do WDI.

Então, comparativamente são apresentadas as percepções dos doadores e gestores, captadas mediante aplicação de questionário, acerca do grau de importância e relevância da divulgação dos itens do índice. Cabe ainda salientar que, embora os respondentes devessem optar por graus diferentes de importância, apenas a opção “Sem Importância” implicava a não divulgação do item.

Tabela 12 - Comparativo entre o Nível de *Disclosure* de Informações Gerais e o Grau de Importância Atribuídos pelos Doadores e Gestores à Divulgação

	WEBSITE DISCLOSURE INDEX	DOADORES				ENTIDADES			
		Importância Extrema	Importância Moderada	Pouca Importância	Sem Importância	Sem Importância	Pouca Importância	Importância Moderada	Importância Extrema
1. Campo de Atuação	96,15%	50,00%	30,77%	15,38%	3,85%	0,00%	0,00%	7,69%	92,31%
2. Histórico da Entidade	76,92%	50,00%	42,31%	7,69%	0,00%	0,00%	0,00%	23,08%	76,92%
3. Missão	53,85%	34,62%	46,15%	19,23%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
4. Visão	38,46%	30,77%	50,00%	19,23%	0,00%	0,00%	0,00%	23,08%	76,92%
5. Valores	23,08%	46,15%	34,62%	19,23%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	100,00%
6. Espaço para Notícias	53,85%	50,00%	34,62%	15,38%	0,00%	0,00%	0,00%	15,38%	84,62%
7. Localização	96,15%	34,62%	30,77%	30,77%	3,85%	0,00%	0,00%	15,38%	84,62%
8. Contato	96,15%	50,00%	38,46%	11,54%	0,00%	0,00%	0,00%	15,38%	84,62%
9. Nº Funcionários Contratados	3,85%	23,08%	53,85%	23,08%	0,00%	23,08%	15,38%	38,46%	23,08%
10. Nº Voluntários	11,54%	26,92%	46,15%	26,92%	0,00%	15,38%	7,69%	30,77%	46,15%
11. Ouvidoria	11,54%	42,31%	34,62%	23,08%	0,00%	0,00%	0,00%	38,46%	61,54%
12. Fotos e Vídeos	100%	46,15%	50,00%	3,85%	0,00%	0,00%	0,00%	23,08%	76,92%
13. <i>Link</i> para Acesso às Redes Sociais	73,08%	42,31%	34,62%	19,23%	3,85%	0,00%	0,00%	23,08%	76,92%

Fonte: Elaborado pela autora.

Constata-se, mediante a observação do Tabela 12, que ressaltados os itens 1, 7, 9, 10 e 13, todos os outros itens apresentam consenso entre os respondentes acerca da importância da divulgação via *website*. Não obstante, existem itens com baixo percentual de divulgação pelas entidades, como, por exemplo, missão, visão e valores, se comparados com a percepção dos doadores e dos gestores acerca de sua relevância. Apenas 23,08% das entidades declaram em seus *websites* quais são os valores da organização, mas mais de 80% dos doadores acham essa informação de

importância extrema ou moderada e 100% dos gestores a consideraram extremamente útil.

Cabe enfatizar que o item 1 (Campo de Atuação) e o item 7 (Localização) foram considerados de sem importância e conseqüentemente não devem ser divulgados por uma parcela pequena de doadores e, comparativamente, tais itens tiveram uma média de divulgação de 96,15%. Ainda, percebe-se que 23,08% e 15,38% das entidades não acham válido divulgar o número de funcionários contratados e o número de voluntários, respectivamente, e os níveis médios de *disclosure* desses itens são os mais baixos da categoria, juntamente com a disponibilização de um espaço para dúvidas, sugestões ou reclamações (Ouvidoria), com a diferença de que esta última é considerada importante para se divulgar tanto pelos doadores quanto pelos gestores.

Por fim, destaca-se que apenas a divulgação de fotos ou vídeos nos *websites* exprimiu integral correspondência entre o que é divulgado atualmente pelas entidades e o que é considerado relevante para os inquiridos, posto que 100% das entidades disponibilizam esses elementos em seus *sites* e 100% dos doadores e gestores julgam ser necessário divulgá-los.

Tabela 13 - Comparativo entre o Nível de *Disclosure* de Informações Contábeis e o Grau de Importância Atribuídos pelos Doadores e Gestores à Divulgação

	WEBSITE DISCLOSURE INDEX	DOADORES				ENTIDADES			
		Importância Extrema	Importância Moderada	Pouca Importância	Sem Importância	Sem Importância	Pouca Importância	Importância Moderada	Importância Extrema
14. Balanço Patrimonial	7,69%	46,15%	23,08%	30,77%	0,00%	7,69%	0,00%	23,08%	69,23%
15. Demonstração do Resultado do Exercício	7,69%	53,85%	23,08%	23,08%	0,00%	7,69%	7,69%	23,08%	61,54%
16. Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido	7,69%	42,31%	26,92%	19,23%	11,54%	15,38%	0,00%	30,77%	53,85%
17. Demonstração dos Fluxos de Caixa	7,69%	46,15%	34,62%	19,23%	0,00%	15,38%	7,69%	46,15%	30,77%
18. Notas Explicativas	7,69%	50%	26,92%	19,23%	3,85%	15,38%	7,69%	23,08%	53,85%

Fonte: Elaborado pela autora.

Já no que está relacionado à divulgação de informações contábeis, nota-se, pela observação da Tabela 13 e do tópico desta pesquisa acerca do Índice de Divulgação via *Website* (WDI), que essa categoria de informações foi a que apresentou a menor média de evidenciação. Porém, embora pouco divulgados, os demonstrativos contábeis foram elencados como importantes e meritórios de divulgação por quase 100% dos doadores, excetuando a Demonstração das

Mutações do Patrimônio Líquido, que foi considerada sem importância por 11,54% dos doadores e as Notas explicativas, também dispensadas de divulgação por 3,85% dos doadores.

Nota-se ainda que, com relação às suas percepções de importância da divulgação de informações contábeis, os gestores não responderam em total concordância com os doadores ao questionário, visto que, em suas percepções, 7,69% dos gestores consideram ser de pouco impacto a divulgação do Balanço Patrimonial e da Demonstração do Resultado do Exercício, e 15,38% dispensam a divulgação dos demais demonstrativos.

Tabela 14 - Comparativo entre o Nível de *Disclosure* de Informações de Desempenho e o Grau de Importância Atribuídos pelos Doadores e Gestores à Divulgação

	WEBSITE DISCLOSURE INDEX	DOADORES				ENTIDADES			
		Importância Extrema	Importância Moderada	Pouca Importância	Sem Importância	Sem Importância	Pouca Importância	Importância Moderada	Importância Extrema
19. Quantidade de Pessoas Assistidas	38,46%	84,62%	11,54%	3,85%	0,00%	7,69%	0,00%	7,69%	84,62%
20. Custo por Pessoa Assistida	0,00%	76,92%	19,23%	3,85%	0,00%	7,69%	0,00%	30,77%	61,54%

Fonte: Elaborado pela autora.

A categoria de informações de desempenho, composta por apenas dois itens, apresentou 38,46% de divulgação média no item 19 que, de acordo com Lima (2009), revela o desempenho de serviços; e nenhuma divulgação para o item 20, que reflete o desempenho financeiro. Saxton, Neely e Guo (2014) e Haski-Leventhal e Foot (2016) também construíram índices de divulgação abarcando itens de desempenho, contudo cabe lembrar que, para consecução deste trabalho, foram selecionados de Lima (2009) esses dois itens, os quais, embora sejam poucos, seguem a proporcionalidade aproximada trazida por Haski-Leventhal e Foot (2016), por exemplo que, de 163 atributos do índice total, 24 eram de desempenho.

Valendo-se do achado trazido por Saxton, Neely e Guo (2014) de que existe uma correlação positiva e significativa entre as contribuições e divulgação total e de desempenho a um nível de confiança de 0,05, pode-se depreender que as entidades vinculadas ao Clique Esperança privam-se de receber mais contribuições pela baixa divulgação de informações de desempenho em seus *websites*. Outrossim, cabe focalizar que, para o doador, tanto a divulgação do quantitativo de assistidos quanto o custo de cada assistido são de extrema importância para 84,62% e 76,92 dos

doadores respondentes, respectivamente, como também para 84,62% e 61,54% das entidades. Contudo, a divulgação ainda é deficitária e até inexistente, como é o caso do item 20, comparativamente ao considerado importante para os doadores e até mesmo para os gestores.

Dadas as análises anteriores e a contraposição com a teoria já apresentada nesta pesquisa, os resultados sugerem, em síntese, que os doadores, embora nem sempre acessem o *site* da entidade para a qual vão fazer uma doação, acham significativo que a entidade mantenha um *website* e divulgue os itens apresentados anteriormente, o que pode sinalizar que a divulgação na *web* é uma prática que suscita confiança de terceiros, especialmente de doadores, na instituição.

É notável salientar que praticamente todos os itens foram considerados elegíveis e importantes para divulgação por mais de 90% dos doadores e gestores. Com exceção do item 9 – número de funcionários contratados, item 10 – número de voluntários, que foram dispensados de divulgação por 23,08% e 15,38% dos gestores, respectivamente, além de algumas informações contábeis, que foram consideradas sem importância, logo, eximidas de *disclosure* pelos respondentes. É exemplo a Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido, considerada sem importância por 11,54% dos doadores e 15,38% dos gestores, além da Demonstração dos Fluxos de Caixa, a qual nenhum doador considerou sem importância, mas foi considerada sem importância para 15,38% dos gestores, e as Notas Explicativas, consideradas sem importância para 3,85% dos doadores e para 15,38% das entidades.

Um resultado eminente é o fato de que não houve nenhum item dispensado ou considerado sem importância por percentual significativo de respondentes. Apesar disso, nota-se, pela observação das Tabelas 12, 13 e 14, que parte considerável dos itens são pouco divulgados pelas entidades, resultando em um percentual de divulgação via *websites* menor que 50% para 12 dos 20 itens componentes do WDI.

Desta forma, assumindo que os gestores assimilam os benefícios inerentes à prática do *disclosure*, conforme foi apresentado na Ilustração 7, esta realidade atesta o trazido pelos gestores como fatores impeditivos para a divulgação via *website*, que seriam as limitações tecnológicas, de pessoal e principalmente a restrição financeira.

4.4 Visão dos Gestores Acerca da Importância das Doações e da Divulgação de Informações

Intentando fornecer robustez aos resultados encontrados com a aplicação do questionário e investigar mais profundamente a visão das entidades sobre o cenário da prática de divulgação e do recebimento de doações via Clique Esperança, foram realizadas entrevistas, conforme explicitado nos procedimentos metodológicos.

Pode-se perceber o interesse das entidades entrevistadas na pesquisa e em seu conteúdo, visto que se mostraram receptivas, o que não aconteceu com a totalidade das entidades respondentes dos questionários, uma vez que, muitas delas, quando contatadas, mostraram-se pouco dispostas em participar da pesquisa. Em consequência à realização deste estudo, foi possível conhecer mais profundamente a realidade das organizações entrevistadas, organizações estas que, embora estejam vinculadas ao mesmo projeto, apresentam estruturas e condições diferentes, o que possibilitou maior riqueza de detalhes na coleta dos dados, devido à pluralidade de opiniões.

Os respondentes foram inquiridos acerca da importância das doações, com vistas a criar oportunidade para discorrerem detalhadamente sobre o *disclosure* e o impacto dessas divulgações nas doações recebidas. Ambos trataram da importância das doações para a perenidade da instituição, sendo que um deles ratificou que as doações são a principal fonte de financiamento, conforme exposto por Cruz (2010).

Elas são fundamentais, porque elas ajudam a manter a própria instituição, né... nós temos várias despesas, temos automóveis, motorista e toda a infraestrutura da casa e mais os profissionais que são cedidos para trabalhar dentro [outra atividade de responsabilidade da organização]. (E1EA)

Então, todas essas doações, elas só vêm para acrescentar a **manter e também a ampliar os projetos que a gente faz**, as benfeitorias, na manutenção da casa e também auxiliar essas famílias [sobre as famílias dos assistidos], né. (E1EA)

A outra instituição, representada pelo Entrevistado 2 – E2, tratou da importância das doações para a entidade, mas destacou que a entidade se vale muito mais de doações de materiais de consumo, materiais pedagógicos e alimentos, do que doações em dinheiro, por exemplo, afirmando que a entidade não possui política direta de captação de recursos, mas depende da entidade religiosa mantenedora da organização, além de repasses e recursos de emendas parlamentares.

Independentemente do tipo, os dados coletados mediante a aplicação das entrevistas apontam que as doações têm relevância inegável para as entidades sem fins lucrativos. Por isso, os entrevistados foram levados a discorrer sobre a

importância da prestação de contas e da divulgação de informações, bem como o possível impacto da prática do *disclosure* no volume de doações recebida, e as principais falas que sintetizam essa relação são apresentadas a seguir.

Todos os canais são importantes, porque nós temos doadores que não têm o acesso ainda a todas as mídias, né. Então assim, muitas vezes a gente, quando tem algum bazar, por exemplo, direcionado para as redes de televisão, de rádio, no ônibus, então temos assim várias formas de divulgar, então o pessoal que doa, por exemplo, que nem agora para o Clique Esperança, com certeza, tem que atingir um meio de comunicação da televisão, e algumas também mais que tenha maior visibilidade, mas todas as redes sociais são importantes, desde WhatsApp, Facebook, Instagram, *site*, relatórios aqui que a gente entrega para as pessoas que vem visitar a instituição, tudo isso é forma de divulgação, **quanto mais transparente for a instituição, mais facilmente vêm as doações.** (E1EA)

[Sobre divulgar informações] é uma forma de a gente comprovar perante o CMDCA e o CMAS a existência do projeto e a execução de tudo que a gente alimenta, né. (E2EB)

Não adianta a pessoa querer trabalhar com 200 crianças e não tem como comprovar, então **tudo que a gente faz a gente divulga, né, a gente registra...** na festa de sábado que a gente teve a gente tinha um telão onde a gente divulgou, tinha 1300 fotos das crianças, todo trabalhinho né, da divulgação também do trabalho deles teve a foto final, o trabalhinho de crochê que daí eles entregaram para as mães, então tudo isso daí é... o violão também apresentação deles, né, para saber o que que eles fazem. (E2EB)

Observa-se, pelo apontado na entrevista E2EB, que o processo de divulgação dessa entidade é bem mais simples, e a percepção do gestor sobre divulgação, neste caso, limitou-se à divulgação de fotos e trabalhos em um evento específico realizado na entidade, e ao atendimento às exigências legais, denotando pouca preocupação com a *accountability* pública, resultado também encontrado por Lima (2009), havendo uma carência de divulgação para usuários externos como doadores, por exemplo.

Nós não temos *site* [...]. Então assim, a gente tem a página do Face, ela não está atualizada porque **não temos um membro mexendo só nela,** né, na verdade acho que a senha está meio que guardada aí. E aí a gente quer ver se reativa o Face [...]. (E2EB)

Agora assim, para estar conhecendo [a entidade] em relação a *site* mesmo, precisava ter, né? (pausa) **Uma pessoa mexendo única e exclusivamente** para poder abranger isso daí e divulgar mais o nosso trabalho. (E2EB)

A ausência ou carência de recursos humanos específicos para atuarem na divulgação de informações foi um obstáculo apontado por 30,8% das entidades

respondentes do questionário, e na entrevista (E2EB) tal desafio é evidenciado por meio dos trechos “não temos um membro mexendo só nela” e “uma pessoa mexendo única e exclusivamente”. A limitação de recursos humanos também remete a um outro obstáculo, apontado por mais de 60% dos gestores participantes do questionário, que é a restrição ou limitação financeira e orçamentária. Uma das entidades participantes das entrevistas possui *website*, a outra não, não obstante, ambas reafirmaram a dificuldade de divulgar informações.

[...] porque **o site mesmo**, para a pessoa construir um *site* e poder estar atualizando, **ele custa**, né, a gente sabe que ele custa, né. Então assim, nós temos um técnico de informática [...]. (E2EB)

A divulgação tem um custo. [...] agora, talvez o pessoal da comunicação teria outras questões, né, que analisam, às vezes **o custo, o profissional**, né, o tempo, porque aqui é uma (pausa) acontece coisas instantaneamente, então assim, ao mesmo tempo, tem que estar conseguindo uma doação, de repente o outro lado conseguiu uma parceria, outro está pesquisando um outro movimento, então assim... para abastecer tudo isso, e não são todas as informações que dá para jogar imediatamente [...]. (E1EA)

A entidade que possui *site* explanou sobre como funciona seu processo de divulgação, e dada essa explicação, foi possível identificar a complexidade do processo, que envolve o julgamento de vários setores da organização e o poder discricionário do gestor, mas a complexidade e os custos decorrentes do *disclosure*, não só no *website*, mas em vários outros meios de comunicação, são compensados pelos benefícios, pois, segundo o gestor entrevistado, a entidade já provou das vantagens da divulgação, traduzidas pelo aumento de doações, retomando aspectos da taxonomia proposta por Verrecchia (2001).

Outra dificuldade proeminente apontada por um dos gestores como obstáculo à divulgação de informações é a criatividade, conforme apresentado a seguir. Ainda, o entrevistado apresentou razões pelas quais a entidade não divulga todas as informações possíveis.

[...] não é fácil, nós temos que ter um processo criativo muito grande, porque o *site* ele não pode ser muito chato, ele tem que ser dinâmico, objetivo, mas atraente [...]. (E1EA)

Nós temos, claro que **não dá para você colocar tudo**, às vezes, em um relatório, tudo especificado como um balanço contábil, **são muitos detalhes**, muita gente não entende também essa questão de fluxo de caixa, entrada, saída, então claro, a gente traz um resumo do que entrou, do que saiu e pronto e foi. Porque também temos que pensar que **tem leigos que vão utilizar dessas informações**. E ele não vai saber dizer... sobre palavras

técnicas que às vezes somente um da área da contabilidade, da administração que possa entender. (E1EA)

Nós temos os nossos relatórios em aberto, quem quiser dar uma olhada... vamos supor, se você tem alguma dúvida, você pode pedir ali para o pessoal do administrativo “olha, gostaria de ver como é que é o balanço de vocês”, nós não temos problema nenhum. **Nós temos auditorias, interna e externa, então isso nos dá credibilidade**, porque sempre está sendo avaliado a forma com que é gerido os recursos, né. Agora, **é importante sempre mostrar para a sociedade que você está aplicando o dinheiro que ela está dando.** (E1EA)

Desta forma, diante dos níveis de divulgação apresentados em tópico específico, pode-se observar que, embora a maior parte dos inquiridos nos questionários, doadores ou gestores, tenham se mostrado favoráveis à divulgação desses itens via *website*, essa prática ainda é deficitária. Vários doadores reconheceram a importância da existência e da alimentação de um *website*, mas muitos afirmaram não acessar um quando da realização de doações. Ainda, pode-se constatar que poucas foram as doações realizadas via Clique Esperança, embora Campo Grande tenha grande potencial pelo tamanho da cidade.

Então assim, eu acho que quando a pessoa procura um escritório de contabilidade, né, para ela fazer essa obrigatoriedade que ela tem com o imposto de renda, **o contador já tem quem apresentar** [o projeto] [...]. (E2EB)

[...] se a gente pudesse ampliar essa rede de pessoas, porque Campo Grande tem quase 1 milhão de habitantes, então **nós temos que chegar em mais pessoas.** (E1EA)

Diante desse cenário, pode-se concluir que o aprimoramento desse processo é necessário. Os doadores podem ser mais ativos na busca por informações, as entidades devem ser conscientizadas da importância da prestação de contas e de como os *websites* podem propiciar a transparência, e embora existam custos associados à divulgação, esses custos são compensados por vários benefícios. Por fim, o projeto Clique Esperança pode ser mais divulgado, seja pelos profissionais contábeis que podem informar seus clientes das possibilidades de doação, seja pelos órgãos governamentais responsáveis direta ou indiretamente pelo projeto, também através de seus *sites*.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A prestação de contas representa a externalização, por parte das entidades, das suas ações em prol do cumprimento de sua missão e seus objetivos, com vistas a justificar sua atuação e a utilização dos recursos dispostos em sua responsabilidade. Assim, a divulgação via *website* pode ser vista como um processo chave na promoção da transparência e na operacionalização da *accountability*.

Dados os diversos estudos apresentados, os quais comprovam a associação entre o *disclosure* e o recebimento de doações, o objetivo desta dissertação foi estudar mais profundamente o processo de divulgação das entidades sem fins lucrativos campo-grandenses, analisando se o índice de *disclosure* via *website* praticado por elas mostra-se alinhado à importância atribuída por doadores e gestores à divulgação voluntária de informações.

Este estudo se amparou na Teoria sobre Divulgação, especialmente na taxonomia proposta por Verrecchia (2001), que consiste no estabelecimento de três categorias de pesquisa, categorias estas abrangidas nas várias etapas desta pesquisa. A primeira, divulgação baseada na associação (*association-based disclosure*), envolveu a associação entre o *disclosure* e o comportamento dos doadores, principalmente na disposição deles a doarem mais. O objetivo central desta pesquisa não era investigar essa associação, haja vista a existência de vários estudos que já a confirmaram, mas as afirmações teóricas foram ratificadas pelo achado em uma das entrevistas, visto que o gestor da entidade possuidora de *website* afirmou claramente que a entidade já havia provado dos benefícios da divulgação, traduzidos em doações aumentadas.

A segunda categoria, divulgação baseada na discricionariedade (*discretionary-based disclosure*), norteou a avaliação do poder discricionário dos gestores na escolha da divulgação ou retenção de informações. Os gestores puderam refletir sobre essa discricionariedade, e expressaram, nos questionários e nas entrevistas, quais informações são importantes divulgar, qual o papel que exercem no processo de divulgação, quais os desafios para a divulgação e por quais motivos devem divulgar ou não determinadas informações.

Por fim, tem-se a divulgação baseada na eficiência (*efficiency-based disclosure*), categoria de pesquisa que reuniu quais as informações preteridas e mais

eficientes, tanto para doadores quanto para as próprias entidades, na figura de seus gestores.

Os principais resultados mostram que o nível médio de divulgação de informações gerais é de 56,51%, o de informações contábeis é de apenas 7,69% e o de informações de desempenho é de 19,23%. Contudo, 100% dos doadores e entidades, quando inquiridos, foram unânimes quanto à importância da divulgação de 8 dos 20 itens componentes do índice, sugerindo que o potencial dos *websites* ainda é subutilizado.

Os demais itens, como os referentes às informações contábeis, por exemplo, foram considerados importantes (podendo variar o grau de importância) e dignos de divulgação por, pelo menos, 84,62% dos respondentes. Não obstante, observa-se que apenas 2, das 26 entidades da amostra pesquisada, disponibilizaram tais itens em seus *websites*, evidenciando a insuficiência e ineficiência – considerando a última categoria de pesquisa da taxonomia de Verrecchia (2001) – da divulgação via *website*, pois existe um desalinhamento entre o que o doador espera de informação, o que os gestores consideram importante divulgar e o que efetivamente é disponibilizado pelas entidades.

Dada essa assimetria, fez-se necessário conhecer quais os desafios e obstáculos para a prática do *disclosure*. Para isso, uma questão aberta foi incluída no questionário, além da realização das entrevistas, que trouxeram como resultados mais frequentes a limitação de recursos financeiros e orçamentários (61,5%), a limitação com recursos humanos (30,8%) e a limitação tecnológica (15,4%). Cabe salientar, ainda, que apenas 7,7% das entidades respondentes afirmaram que os benefícios da divulgação não compensam seus custos.

A limitação financeira e de recursos humanos também foram obstáculos e desafios apontados nas entrevistas e, ainda, outra pontuação foi a questão da criatividade, pois conforme exposto por um dos entrevistados, é difícil saber onde divulgar, o que divulgar, a depender de qual tipo de público atingir, visto que os meios de comunicação são muitos e as informações também, mas é necessário fazer uma ponderação de quais são mais relevantes, até mesmo para buscar a objetividade, dinamicidade e eficiência do *disclosure*.

Uma preocupação importante trazida por Ingenhoff e Koelling (2009) reforça a importância desse estudo, pois, segundo os autores, a divulgação precisa ser

direcionada, de forma que o custo associado à divulgação e prestação de contas não desvie os recursos arrecadados para servir à causa da organização.

Desta forma, fica evidente que as entidades deveriam ser encorajadas, embora não obrigadas, a praticarem o *disclosure*, intentando serem tão transparentes quanto possível, pois, conforme Lee, Blouin e Erickson (2018), os doadores querem saber se suas doações estão sendo direcionadas para entidades sérias e legítimas e se estão sendo bem geridas, lembrando da importância da adaptação dessa prática de prestação de contas às particularidades de cada região.

Ainda, dado que este estudo foi aplicado às entidades sem fins lucrativos integrantes do projeto Clique Esperança, sugere-se que essas organizações modifiquem sua forma de prestações de contas, fazendo além do que são exigidas por órgãos governamentais e legislações específicas, utilizando-se das benesses dos *websites* para promoverem um ambiente de interação com o doador, divulgando não só sobre sua atuação, mas também divulgando acerca do próprio Clique Esperança, que é um instrumento de coleta de doações significativa, que traz benefícios também para os doadores.

Ainda, salienta-se a importância do profissional contábil na divulgação do projeto, pois 46,2% dos doadores têm suas declarações de imposto de renda feitas por um contador e o mesmo número afirmou ter conhecido o projeto por meio desses profissionais.

Uma contribuição significativa desta pesquisa concentra-se no fato de que nenhum estudo anterior examinou ou conciliou as percepções das organizações e dos doadores sobre a importância da divulgação em *websites*, conforme apontado na revisão sistemática da literatura. Ainda, esta pesquisa também colabora para a elaboração de futuros índices de *disclosure*, podendo ser ponderados – com a utilização das importâncias atribuídas por doadores e gestores a cada item de divulgação – ou não, haja vista que esse tipo de pesquisa é incipiente no Brasil.

Embora parte significativa dos doadores tenha optado pela divulgação de todos os itens do índice de *disclosure*, grande parte deles afirmaram não acessar o *website* das entidades quando da realização de uma doação. Suspeita-se que isso aconteça porque esses doadores acham relevante a presença na *web*, ainda que não se valham do conteúdo disponibilizado, conheçam as entidades pessoalmente ou tenham obtido as informações que consideram importantes por outro meio de comunicação. Porém, sugere-se, para estudos futuros, a ampliação da pesquisa para outras cidades,

estados e também que se examine por quais motivos os doadores não acessam o *website* da entidade para a qual vão doar alguma quantia.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE CAPTADORES DE RECURSOS. ABCR. **Código de ética**. 2019. Disponível em: <https://captadores.org.br/codigo-de-etica/>. Acesso em: 23 maio 2019.

BLOUIN, M. C.; LEE, R. L.; ERICKSON, G. S. The impact of online financial disclosure and donations in nonprofits. **Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing**, USA, v. 30, n. 3, p. 251-266, 2018.

BOTOSAN, C. A. Disclosure and the cost of capital: what do we know? **Accounting and Business Research**, United Kingdom, v. 36, n. sup1, p. 31-40, 2006.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 06 mar. 2019.

BRASIL. **Decreto n. 9.580, de 22 de novembro de 2018**. Regulamenta a tributação, a fiscalização, a arrecadação e a administração do Imposto sobre a Renda e Proventos de Qualquer Natureza. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/D9580.htm. Acesso em: 10 jun. 2019.

BRASIL. **Lei n. 8.069, de 13 de julho de 1990**. Dispõe sobre o Estatuto da Criança e do Adolescente e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/18069.htm. Acesso em: 18 out. 2018.

BRASIL. **Lei n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002**. Institui o Código Civil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm. Acesso em: 11 mar. 2019.

BRASIL. **Lei n. 13.019, de 31 de julho de 2014**. Estabelece o regime jurídico das parcerias entre a administração pública e as organizações da sociedade civil. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/113019.htm. Acesso em: 07 mar. 2019.

BRITO, P. P. et al. A utilização dos demonstrativos contábeis como instrumento de apoio a gestão nas organizações não governamentais: um estudo de caso no estado do Ceará. **Revista Alcance**, Santa Catarina, v. 15, n. 1, p. 61-80, 2008.

CAMPOS, G. M.; MOREIRA, R. L.; SCALZER, R. S. Financial reporting: reflection on transparency in the third sector. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 3, p. 130-142, 2014.

CARNEIRO, A. F.; OLIVEIRA, D. L.; TORRES, L. C. Accountability e prestação de contas das organizações do terceiro setor: uma abordagem à relevância da contabilidade. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 2, p. 90-105, 2011.

CICONELLO, A. **O conceito legal de público no chamado “Terceiro Setor”**. 2015. Disponível em: http://www.abong.org.br/novosite/download/conceito_legal.pdf. Acesso em: 23 maio 2019.

CLIQUE ESPERANÇA. Campos Grande MS. **Sobre – O Fundo**. 2019. Disponível em: <http://www.cliqueesperanca.org/projdoa.zul?seqprj=2>. Acesso em: maio 2019.

COELHO, S. C. T. **Terceiro Setor: um estudo comparado entre o Brasil e Estados Unidos**. 3. ed. São Paulo: Senac, 2005.

COLLIS, J.; HUSSEY, R. **Pesquisa em administração: um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **ITG 2002 (R1)**: Entidade sem finalidade de lucros. 2015. Disponível em: [http://www1.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?Codigo=2015/ITG2002\(R1\)](http://www1.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?Codigo=2015/ITG2002(R1)). Acesso em: 14 mar. 2019.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **NBC TG 26 (R5)**: apresentação das demonstrações contábeis. 2017. Disponível em: [http://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/NBCTG26\(R5\).pdf](http://www1.cfc.org.br/sisweb/SRE/docs/NBCTG26(R5).pdf). Acesso em: 14 mar. 2019.

CONSONI, S.; COLAUTO, R. D.; LIMA, G. A. S. F. Voluntary disclosure and earnings management: evidence from the Brazilian capital market. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, v. 28, n. 74, p. 249-263, 2017.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

CRUZ, C. V. O. A. **A relevância da informação contábil para os investidores sociais privados de entidades do terceiro setor no Brasil**; uma investigação empírica. 2010. Tese (Doutorado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

DENG, G.; LU, S.; HUANG, C. Transparency of grassroots human service organizations in China: does transparency affect donation and grants? **Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance**, USA, v. 39, n. 5, p. 475-491, 2015.

DYE, R. A. An evaluation of “essays on disclosure” and the disclosure literature in accounting. **Journal of Accounting and Economics**, Netherlands, v. 32, n. 1-3, p. 181-235, 2001.

FALCONER, A. P. **A promessa do terceiro setor: um estudo sobre a construção do papel das organizações sem fins lucrativos e do seu campo de gestão**. 1999. Disponível em: http://www.lasociedadcivil.org/wp-content/uploads/2014/11/andres_falconer.pdf. Acesso em: 20 maio 2019.

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

GONÇALVES, V. P. **A concessão de incentivos fiscais como estímulo à transferência de recursos privados ao terceiro setor**. 2010. Dissertação (Mestrado) – Universidade Católica de Brasília, Brasília, 2010.

GUIDRY, R. P.; PATTEN, D. M. Voluntary disclosure theory and financial control variables: an assessment of recent environmental disclosure research. **Accounting Forum**, United Kingdom, v. 36, n. 2, p. 81-90, 2012.

HASKI-LEVENTHAL, D.; FOOT, C. The relationship between disclosure and household donations to nonprofit organizations in Australia. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, USA, v. 45, n. 5, p. 992-1012, 2016.

HEALY, P. M.; PALEPU, K. G. Information asymmetry, corporate disclosure and the capital markets: a review of the empirical disclosure literature. **Journal of Accountancy and Economics**, Netherlands, v. 31, n. 1-3, p. 405-440, 2001.

INGENHOFF, D.; KOELLING, A. M. The potential of Web sites as a relationship building tool for charitable fundraising NPOs. **Public Relations Review**, USA, v. 35, n. 1, p. 66-73, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **As fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil**: 2016. Coordenação de Cadastro e Classificações, Rio de Janeiro, n. 32, 2019. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101647.pdf>. Acesso em: 03 jun. 2019.

IOSHPE, E. et al. **3º Setor: desenvolvimento social sustentado**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

LEE, R. L.; BLOUIN, M. C. factors affecting web disclosure adoption in the nonprofit sector. **Journal of Computer Information Systems**, USA, v. 59, n. 4, p. 363-372, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/08874417.2017.1370988>. Acesso em: 2019.

LEVY, Y.; ELLIS, T. J. A systems approach to conduct an effective literature review in support of information systems research. **Informing Science Journal**, USA, v. 9, p. 181-212, 2006.

LIMA, E. M. **Análise comparativa entre o índice de *disclosure* e a importância atribuída por *stakeholders* a informações consideradas relevantes para fins de divulgação em instituições de ensino superior filantrópicas no Brasil: uma abordagem da teoria da divulgação**. 2009. Tese (Doutorado) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

LIMA, E. M.; PEREIRA, C. A. Associação entre índices de disclosure e características corporativas das instituições de ensino superior filantrópicas do Brasil

– IESFB. **Revista de Contabilidade e Organizações**, São Paulo, v. 5, n. 11, p. 23-48, 2011.

LOPEZ, F. G. (org.). **Perfil das organizações da sociedade civil no Brasil**. 2018. Brasília, DF: Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA, 2018. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livros/180607_livro_perfil_da_s_organizacoes_da_sociedade_civil_no_brasil.pdf. Acesso em: 21 maio 2019.

MAPURUNGA, P. V. R.; PONTE, V. M. R.; HOLANDA, A. P. Fatores explicativos da aderência das firmas brasileiras ao disclosure relativo às informações por segmento. **Enfoque: Reflexão Contábil**, Paraná, v. 33, n. 1, p. 53-69, 2014.

MARTINS, G. A. **Estatística geral e aplicada**. 3. ed. 5. reimpr. São Paulo: Atlas, 2010.

MOTA, S. L.; PINTO, S. K. M. A utilização do Twitter na análise do disclosure voluntário das empresas brasileiras com níveis diferenciados de governança corporativa. **Revista Evidenciação Contábil & Finanças**, João Pessoa, v. 5, n. 1, p. 22-38, 2017.

NAGAI, C. **A demonstração do valor adicionado como instrumento de transparência nas entidades do terceiro setor**. 2012. Dissertação (Mestrado) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

NIE, L.; LIU, H. K.; CHENG, W. Exploring factors that influence voluntary disclosure by Chinese Foundations. **Voluntas**, United Kingdom, v. 27, n. 5, p. 2374-2400, 2016.

NIPPER, S. F. R.; AZEVEDO, L. F. M. A aplicação do benefício fiscal do imposto de renda em prol das entidades locais dedicadas às crianças e aos adolescentes e o contador como incentivador desta prática. **Revista Eletrônica do Curso de Ciências Contábeis**, Rio Grande do Sul, v. 4, n. 7, p. 1-33, 2015.

OLIVEIRA, I. M. S. **Uma investigação sobre a prestação de contas das entidades do terceiro setor brasileiro**. 2009. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009.

PARSONS, L. M. The Impact of financial information and voluntary disclosures on contributions to not-for-profit organizations. **Behavioral Research In Accounting, USA**, v. 19, n. 1, p. 179-196, 2007.

RIBEIRO, M. F. Concessão de incentivos fiscais pela União e os reflexos nos valores repassados ao fundo de participação dos municípios. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Direito da UFC**, Ceará, v. 36, n. 2, p. 325-344, 2016.

SALAMON, L. M.; ANHEIER, H. K. In search of the non-profit sector. I: The question of definitions. **Voluntas**, United Kingdom, v. 3, n. 2, p. 125-151, 1992.

SALOTTI, B. M.; YAMAMOTO, M. M. Ensaio sobre a teoria da divulgação. **BBR-Brazilian Business Review**, Vitória, v. 2, n. 1, p. 53-70, 2005.

- SANTOS, C. M. V.; OHAYON, P.; PIMENTA, M. M. Disclosure via website e as características das empresas do terceiro setor: um estudo empírico das entidades cariocas. **Advances in Scientific and Applied Accounting**, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 73-90, 2017.
- SAXTON, G. D.; KUO, J. S.; HO, Y. C. The determinants of voluntary financial disclosure by nonprofit organizations. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, USA, v. 41, n. 6, p. 1051-1071, 2012.
- SAXTON, G. D.; NEELY, D. G.; GUO, C. Web disclosure and the market for charitable contributions. **Journal of Accounting and Public Policy**, USA, v. 33, n. 2, p. 127-144, 2014.
- SAXTON, G. D.; ZHUANG, J. A game-theoretic model of disclosure-donation interactions in the market for charitable contributions. **Journal of Applied Communication Research**, USA, v. 41, n. 1, p. 40-63, 2013.
- SILVA, C. E. G. Gestão, legislação e fontes de recursos no terceiro setor brasileiro: uma perspectiva histórica. **Revista de Administração Pública - RAP**, Rio de Janeiro, v. 44, n. 6, p. 1301-1325, 2010.
- SILVA JÚNIOR, S. D.; COSTA, F. J. Mensuração e escalas de verificação: uma análise comparativa das escalas de Likert e Phrase Completion. **PMKT—Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing, Opinião e Mídia**, São Paulo, v. 15, n. 1, p. 1-16, 2014.
- TONDOLO, Rosana da Rosa Portella et al. Transparência no terceiro setor: uma proposta de construto e mensuração. **Espacios Públicos**, México, v. 19, n. 47, p. 7-25, 2016.
- TRUSSEL, J. M.; PARSONS, L. M. Financial reporting factors affecting donations to charitable organizations. **Advances in Accounting**, Netherlands, v. 23, n. 1, p. 263-285, 2007.
- VERRECCHIA, R. E. Discretionary disclosure. **Journal of Accounting and Economics**, Netherlands, v. 5, n. 1, p. 179-194, 1983.
- VERRECCHIA, R. E. Essays on disclosure. **Journal of Accounting and Economics**, Netherlands, v. 32, n. 1-3, p. 97-180, 2001.
- WATERS, R. D. Nonprofit organizations' use of the internet: a content analysis of communication trends on the internet sites of the philanthropy. **Nonprofit Management and Leadership**, USA, v. 18, n. 1, p. 59-76, 2007.
- ZHOU, H.; YE, S. Legitimacy, worthiness, and social network: an empirical study of the key factors influencing crowdfunding outcomes for nonprofit projects. **Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations**, United Kingdom, v. 30, n. 4, p. 849-864, 2019.

ZHUANG, J.; SAXTON, G. D.; WU, H. Publicity vs. impact in nonprofit disclosure and donor preferences: a sequential game with one nonprofit organization and N donos. **Annals of Operations Research**, Netherlands, v. 221, n. 1, p. 469-491, 2014.

ZITTEI, M. V. M.; POLITELO, L.; SCARPIN, J. E. Nível de evidenciação contábil de organizações do terceiro setor. **Administração Pública e Gestão Social**, Minas Gerais, v. 8, n. 2, p. 85-94, 2016.

ANEXO 1 – Quadro Demonstrativo FMIA



PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPO GRANDE
ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL
SECRETARIA MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL

Quadro Demonstrativo de quantidade de doações ao FMIA Fundo Municipal das
Crianças e do Adolescente. Pessoas Jurídicas e Pessoas Físicas

<u>Exercício</u>	<u>Quantidade PJ</u>	<u>Quantidade PF</u>	<u>Quantidade Total</u>
2014	21	524	545
2015	23	210	233
2016	12	222	234
2017	20	219	239
2018	10	229	239

OBS: Fonte DBF Declaração de Benefícios Fiscais entregue na Receita Federal

Campo Grande MS, 12 de julho de 2019.

Laucidio Nunes do Amaral
Superintendente de Gestão Financeira

ANEXO 2 – Questionários

03/09/2019

Questionário - Clique Esperança - Doadores

Questionário - Clique Esperança - Doadores

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO/TITLE

Você está sendo convidado (a) para participar, como voluntário, do projeto de pesquisa intitulado "Índices de Disclosure e o Alinhamento entre a Importância Atribuída por Doadores e Dirigentes à Divulgação de Informações", sob responsabilidade dos pesquisadores Laisa Aparecida Pereira de Souza e Emanuel Marcos Lima. Este trabalho tem por objetivo analisar se o índice de disclosure via website praticado pelas entidades do Clique Esperança demonstra um alinhamento entre a Importância atribuída pelos doadores e dirigentes dessas organizações sobre quais informações são relevantes para fins de divulgação. Para o alcance desse objetivo, torna-se necessário conhecer a opinião de pessoas que realizam doações às entidades desse projeto, ligado ao Fundo Municipal para a Infância e Adolescência – FMIA, de Campo Grande, MS, com o fito de identificar qual a importância atribuída pelos doadores a cada item de divulgação.

A sua participação nesta pesquisa consistirá em responder a um questionário, com tempo médio de 8 minutos. O benefício esperado, pela participação na pesquisa, é o reconhecimento de quais informações são relevantes e influentes na escolha do valor a ser doado bem como qual entidade receberá a doação. O risco e/ou desconforto esperado é um possível constrangimento quando do preenchimento do questionário, contudo, caso sinta-se constrangido (a), fica garantida a recusa em responder, sem prejuízo algum, bastando que o (a) Senhor (a) volte para a primeira página do questionário e não aceite participar da pesquisa - clicando em "Não", situação em que o questionário será enviado sem nenhuma resposta.

Informo que sua participação é anônima, não sendo necessária sua identificação. Esclareço, também, que a sua participação é totalmente voluntária e não há nenhum valor econômico, a receber ou a pagar, não envolvendo nenhuma compensação financeira ou ressarcimento. Fica garantido o livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo e suas consequências. Os pesquisadores garantem que os dados coletados serão utilizados, única e exclusivamente, para fins desta pesquisa e os resultados poderão ser veiculados em livros, ensaios e/ou artigos científicos em revistas especializadas e/ou em eventos científicos.

Se você tiver alguma consideração ou dúvida, pedimos a gentileza de entrar em contato com Laisa Aparecida Pereira de Souza, pesquisadora responsável pela pesquisa, pelo e-mail: laisa_in@hotmail.com, ou com o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da UFMS – localizado no prédio da Pró Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação/UFMS, Cidade Universitária, Campo Grande/MS, telefone (67) 3345-7187, e e-mail: cepcep@ufms.br.

Antecipadamente, agradecemos a atenção dispensada, colocando-nos à disposição em caso de eventuais dúvidas.

*Obrigatório

1. Declaro ter recebido todas as informações, aceito o convite e concordo em participar, como voluntário(a), do projeto de pesquisa acima descrito. *

Marcar apenas uma oval.

- Sim *Ir para a pergunta 2.*
 Não *Para de preencher este formulário.*

Seção sem título

O projeto Clique Esperança é um instrumento de políticas e programas de promoção e defesa dos direitos das crianças e do adolescente.

As DOAÇÕES realizadas às entidades vinculadas ao projeto podem ser deduzidas do imposto devido, na declaração do imposto sobre a Renda, respeitados os limites legais.

Alguns exemplos de entidades vinculadas ao Clique Esperança são: AACCC, APAE, Lar dos Sonhos Positivos, LBV, Pestalozzi, entre outras.

Para saber mais sobre o projeto, acesse: <http://cliqueesperanca.org/>

02/09/2019

Questionário - Clique Esperança - Doadores

2. Você já fez alguma doação para as entidades sem fins lucrativos integrantes do projeto Clique Esperança? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim Ir para a pergunta 3.
- Não Pare de preencher este formulário.

Perfil

Esta seção engloba questões que contribuirão para traçar o perfil dos doadores.

3. Sexo *

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
- Feminino
- Outro

4. Idade *

5. Nível de Formação *

Marcar apenas uma oval.

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Completo
- Especialização, Mestrado ou Doutorado Completo

6. Sempre que realiza doações, procura e visita o website da(s) entidade(s) a(s) qual(is) pretende doar? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

7. Sempre que realiza doações, procura e visita as redes sociais da(s) entidade(s) a(s) qual(is) pretende doar? (Ex: Facebook, Instagram) *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

8. Onde você julga ser mais importante e acessível a entidade divulgar informações? *

Marcar apenas uma oval.

- Site Eletrônico (SITE)
- Redes Sociais, tais como Facebook ou Instagram
- Jornais Impressos de grande circulação
- Rádio ou Televisão

03/09/2019

Questionário - Clique Esperança - Doadores

9. Você acha importante que a entidade devolva ao doador, seja por e-mail ou correspondências em casa, um relatório das principais atividades realizadas durante determinado período? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

10. Quem faz sua declaração de Imposto de Renda? *

Marcar apenas uma oval.

- Eu mesmo (a)
 Profissional Contábil
 Outra Pessoa

11. Como conheceu o Projeto Clique Esperança? *

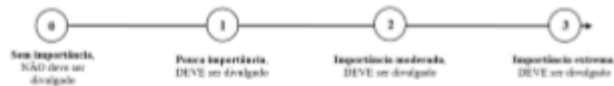
Marcar apenas uma oval.

- Através de sites de divulgação
 Através de rádio ou televisão
 Um contador me apresentou o projeto
 Um conhecido me apresentou o projeto
 Outro: _____

Ir para a pergunta 12.

Itens de Divulgação - Websites

Avalie cada item de divulgação de acordo com o grau de importância que você atribui à disponibilidade dessas informações no website das entidades. Assinale a opção correspondente, considerando a escala a seguir.



A. Informações Gerais

12. Campo de atuação (contexto operacional da entidade) *

Marcar apenas uma oval.

- 0 1 2 3

13. Histórico da Entidade *

Marcar apenas uma oval.

- 0 1 2 3

02/09/2019

Questionário - Clique Experiência - Docentes

14. Missão *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Visão

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Valores *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Divulgação de notícias e eventos *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Localização *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Contato *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Número total de funcionários contratados *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

03/09/2019

Questionário - Clique Experiência - Docentes

21. Número total de voluntários **Marcar apenas uma oval.*

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Espaço para sugestões ou críticas (ouvidoria) **Marcar apenas uma oval.*

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. Fotos e/ou vídeos **Marcar apenas uma oval.*

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. Perfil ou link para acesso às redes sociais da entidade, tais como Facebook ou Instagram **Marcar apenas uma oval.*

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

B. Informações Contábeis

25. Balanço Patrimonial **Marcar apenas uma oval.*

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26. Demonstração do Resultado do Exercício **Marcar apenas uma oval.*

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido **Marcar apenas uma oval.*

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

03/09/2019

Questionário - Clique Experiência - Docentes

28. Demonstração dos Fluxos de Caixa *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

29. Notas Explicativas *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

C. Informações de Desempenho**30. Quantitativo de pessoas assistidas ***

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

31. Custo por pessoa assistida *

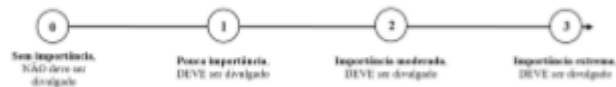
Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ir para a pergunta 32.

Itens de Divulgação - Redes Sociais

Avalie cada item de divulgação de acordo com o grau de importância que você atribui à disponibilidade dessas informações nas Redes Sociais das entidades, tais como Facebook e Instagram. Assinale a opção correspondente, considerando a escala a seguir:

**32. Informações gerais sobre a entidade (campo de atuação, histórico, missão, visão, valores, espaço para notícias, localização, contato, número de funcionários contratados, número de voluntários e ouvidoria) ***

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

03/09/2019

Questionário - Círculo Experiência - Coadjuvantes

33. Imagens e vídeos Institucionais *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

34. Informações Contábeis *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

35. Informações de Desempenho (quantitativo de pessoas assistidas e custo por pessoa assistida) *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Powered by
 Google Forms

Questionário - Clique Esperança - Entidades

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO/TCLE

Você está sendo convidado (a) para participar, como voluntário, do projeto de pesquisa intitulado "Índice de Disclosure e o Alinhamento entre a Importância Atribuída por Doadores e Dirigentes à Divulgação de Informações", sob responsabilidade dos pesquisadores Laísa Aparecida Pereira de Souza e Emanuel Marcos Lima. Este trabalho tem por objetivo analisar se o Índice de disclosure via website praticado pelas entidades do Clique Esperança demonstra um alinhamento entre a Importância atribuída pelos doadores e dirigentes dessas organizações sobre quais informações são relevantes para fins de divulgação. Para o alcance desse objetivo, torna-se necessário verificar, entre os dirigentes/gestores das entidades do Clique Esperança, o grau de importância atribuído à divulgação de informações.

A sua participação nesta pesquisa consistirá em responder a um questionário, com tempo médio de 3 minutos. O benefício esperado, pela participação na pesquisa, é o reconhecimento de quais informações são relevantes para fins de divulgação. O risco e/ou desconforto esperado é um possível constrangimento quando do preenchimento do questionário, contudo, caso sinta-se constrangido (a), fica garantida a recusa em responder, sem prejuízo algum, bastando que o (a) Senhor (a) volte para a primeira página do questionário e não aceite participar da pesquisa - clicando em "Não", situação em que o questionário será enviado sem nenhuma resposta.

Informo que sua participação é anônima, não sendo necessária sua identificação. Esclareço, também, que a sua participação é totalmente voluntária e não há nenhum valor econômico, a receber ou a pagar, não envolvendo nenhuma compensação financeira ou ressarcimento. Fica garantido o livre acesso a todas as informações e esclarecimentos adicionais sobre o estudo e suas consequências. Os pesquisadores garantem que os dados coletados serão utilizados, única e exclusivamente, para fins desta pesquisa e os resultados poderão ser veiculados em livros, ensaios e/ou artigos científicos em revistas especializadas e/ou em eventos científicos.

Se você tiver alguma consideração ou dúvida, pedimos a gentileza de entrar em contato com Laísa Aparecida Pereira de Souza, pesquisadora responsável pela pesquisa, pelo e-mail: laísa_lm@hotmail.com, ou com o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da UFMS – localizado no prédio da Pró Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação/UFMS, Cidade Universitária, Campo Grande/MS, telefone (67) 3345-7187, e e-mail: cepconep.propp@ufms.br.

Antecipadamente, agradecemos a atenção dispensada, colocando-nos à disposição em caso de eventuais dúvidas.

*Obrigatório

1. Declaro ter recebido todas as informações, aceito o convite e concordo em participar, como voluntário(a), do projeto de pesquisa acima descrito. *

Marcar apenas uma oval.

- Sim *Ir para a pergunta 2.*
 Não *Para de preencher este formulário.*

Ir para a pergunta 2.

Perfil

Esta seção engloba questões que contribuirão para traçar o perfil dos gestores/dirigentes. Você deverá assinalar apenas uma alternativa para responder cada questão.

2. **Sexo ***

Marcar apenas uma oval.

- Masculino
 Feminino
 Outro

15/08/2019

Questionário - Clique Experiência - Entidades

3. Idade *

4. Nível de Formação **Marcas apenas uma oval.*

- Ensino Fundamental Incompleto
- Ensino Fundamental Completo
- Ensino Médio Completo
- Ensino Superior Completo

5. Há quanto tempo você trabalha ou é voluntário nesta instituição? **Exemplos de respostas: "10 meses" ou "2 anos".*

6. Acha relevante que a entidade mantenha um site e divulgue suas informações nele? **Marcas apenas uma oval.*

- Sim
- Não

7. Acha relevante que a entidade utilize redes sociais e divulgue suas informações nelas? **Marcas apenas uma oval.*

- Sim
- Não

8. Onde você julga ser mais importante e acessível a entidade divulgar informações? **Marcas apenas uma oval.*

- Site Eletrônico (SITE)
- Redes Sociais, tais como Facebook e Instagram
- Jornais Impressos de grande circulação
- Rádio ou Televisão

9. Você acha importante que a entidade devolva ao doador, seja por e-mail ou correspondências em casa, um relatório das principais atividades realizadas durante determinado período? **Marcas apenas uma oval.*

- Sim
- Não

10. A entidade a qual você é vinculado possui site?*Marcas apenas uma oval.*

- Sim
- Não

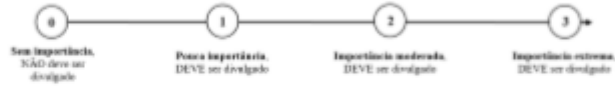
Ir para a pergunta 11.

15/08/2019

Questionário - Cique Experiência - Entidades

Itens de Divulgação - Websites

Avalie cada item de divulgação de acordo com o grau de importância que você atribui à disponibilidade dessas informações no website da entidade a qual você faz parte (caso a entidade não tenha site, responda o que você acharia importante divulgar se a organização tivesse site). Assinale a opção correspondente, considerando a escala a seguir:

**A. Informações Gerais****11. Campo de atuação (contexto operacional da entidade) ***

Marcar apenas uma oval.

0 1 2 3

12. Histórico da Entidade *

Marcar apenas uma oval.

0 1 2 3

13. Missão *

Marcar apenas uma oval.

0 1 2 3

14. Visão

Marcar apenas uma oval.

0 1 2 3

15. Valores *

Marcar apenas uma oval.

0 1 2 3

15/08/2019

Questionário - Círculo Experiência - Entidades

16. Divulgação de notícias e eventos *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Localização *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. Contato *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Número total de funcionários contratados *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. Número total de voluntários *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Espaço para sugestões ou críticas (ouvidoria) *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. Fotos e/ou vídeos *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15/05/2019

Questionário - Clique Experiência - Entidades

23. Perfil ou link para acesso às redes sociais da entidade, tais como Facebook ou Instagram

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

B. Informações Contábeis

24. Balanço Patrimonial *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. Demonstração do Resultado do Exercício *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26. Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. Demonstração dos Fluxos de Caixa *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

28. Notas Explicativas *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

C. Informações de Desempenho

15/05/2019

Questionário - Círculo Experiência - Entidades

29. Quantitativo de pessoas assistidas *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

30. Custo por pessoa assistida *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ir para a pergunta 31.

Itens de Divulgação - Redes Sociais

Avalie cada item de divulgação de acordo com o grau de importância que você atribui à disponibilidade dessas informações nas Redes Sociais da entidade a qual você faz parte. Assinale a opção correspondente, considerando a escala a seguir:

**31. Informações gerais sobre a entidade (campo de atuação, histórico, missão, visão, valores, espaço para notícias, localização, contato, número de funcionários contratados, número de voluntários e ouvidoria) ***

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

32. Imagens e vídeos Institucionais *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

33. Informações Contábeis *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15/05/2019

Questionário - Cigue Experience - Entidades

34. Informações de Desempenho (quantitativo de pessoas assistidas e custo por pessoa assistida) *

Marcar apenas uma oval.

0	1	2	3
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ir para a pergunta 35.

35. Em sua opinião, quais os desafios e obstáculos percebidos para a adoção da divulgação via website? *

Marque todas que se aplicam.

- Recursos orçamentários ou financeiros limitados
- Recursos humanos limitados
- Recursos tecnológicos limitados
- Os benefícios não compensam os custos
- Outro: _____

36. Por que a entidade adota ou deveria adotar a divulgação via website? *

Marque as motivações para a adoção da divulgação via website. Você pode, além das alternativas abaixo, discorrer sobre outros fatores motivadores para a divulgação de informações via website, bastando selecionar a opção "Outros" e escrever sobre.

Marque todas que se aplicam.

- Prestação de contas e maior transparência
- Fortalecimento da responsabilidade e da confiança das partes interessadas na organização
- Atrair mais doações
- Atrair recursos humanos (voluntários)
- Outro: _____

Powered by
 Google Forms