

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS
NÍVEL MESTRADO

REJANE DA ROCHA PACHECO

NÍVEL DE TRANSPARÊNCIA DE FUNDAÇÕES DO RIO GRANDE DO SUL

São Leopoldo
2012

REJANE DA ROCHA PACHECO

NÍVEL DE TRANSPARÊNCIA DE FUNDAÇÕES DO RIO GRANDE DO SUL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Professora orientadora: Dra. Clea Beatriz Macagnan

São Leopoldo

2012

NÍVEL DE TRANSPARÊNCIA DE FUNDAÇÕES DO RIO GRANDE DO SUL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Aprovado em ___/___/___

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dra. Ana Clarissa Santos – Parceiros Voluntários

Prof. Dr. Tiago Wickstrom Alves - UNISINOS

Prof. Dr. Clovis Krombauer - UNISINOS

Visto e permitida à impressão.
São Leopoldo.

Dra. Clea Beatriz Macagnan
Professora orientadora

*Dedico este trabalho ao meu esposo
Wilson Pacheco e aos meus filhos
Christian e William pelo amor e carinho.*

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pela vida, pela realização de um sonho e pela oportunidade de ter me concedido a grandeza do conhecimento. Sem Ele, jamais chegaria até aqui.

À minha família por aceitar minha ausência durante os meus estudos, pelo carinho, amor e atenção que sempre tiveram comigo. Em especial, agradeço a meu esposo Wilson e aos meus filhos, Christian e William, por tantas palavras de compreensão, entusiasmo, força, esperança e confiança depositadas em mim.

Aos colegas e professores do Mestrado da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos, pelo convívio e troca de ideias, em especial, à Profa. Dra. Clea Macagnan por nunca desistir de mim, pelo carinho, paciência e valiosos ensinamentos, que certamente me acompanharão por todo o caminho que tenho ainda a percorrer, e ao Prof. Tiago Alves por acreditar em mim.

Aos meus amigos, pela minha ausência durante os estudos, às Profas. Neusa Monser e Terezinha Torres, pelo incentivo e, em especial, à amiga Eliana Anceles, pelo compartilhar do conhecimento em nossos estudos.

RESUMO

No Brasil existem atualmente cerca de 338.000 (organizações reconhecidas) fundações que objetivam atender as demandas sociais (IBGE, 2006). No Rio Grande do Sul, são 361, cadastradas no Ministério Público do estado (Ministério Público, 2010). Considerando as boas práticas de governança, que estabelecem a ênfase na transparência, as fundações deveriam evidenciar informações aos *stakeholders*. Este estudo objetivou analisar os fatores explicativos do nível de evidenciação de informações nas páginas eletrônicas de fundações sediadas no Estado do Rio Grande do Sul. A amostra foi composta por 48 fundações, com páginas eletrônicas disponibilizadas na Internet. O nível de transparência foi mensurado pela análise de conteúdo das informações existentes nas páginas eletrônicas, utilizando-se, primeiramente, indicadores representativos de informações e, posteriormente, índices que possibilitaram medir o nível de evidenciação. Os principais resultados apontam para os seguintes aspectos: pode-se identificar que as fundações educacionais têm um nível de divulgação de informações superior ao das fundações assistenciais. Além disso, as hipóteses arrecadação e comunicação na mídia foram rejeitadas, a primeira porque nenhum modelo revelou ser a hipótese arrecadação determinante da evidenciação de informações, nas páginas eletrônicas na Internet, e a segunda por não apresentar um número mínimo de observações que pudessem validar o modelo. Por fim, concluímos que o objetivo foi alcançado por meio da mensuração do nível de evidenciação de informações, nas páginas eletrônicas, da amostra final das Fundações do Estado do Rio Grande do Sul, que possuem efetivamente página na internet. Ao final do estudo, podemos aferir, baseados nos resultados de significância, que os fatores explicativos para o nível de evidenciação, nas páginas eletrônicas das fundações na Internet, são: as doações, as organizações apoiadas ou beneficiadas e as pessoas beneficiadas com as fundações.

Palavras-chave: Nível de transparência. Evidenciação. Fundações. Terceiro Setor.

ABSTRACT

In Brazil there are approximately 338,000 (recognized organizations) foundations that aim to meet the social demands (IBGE, 2006) and Rio Grande do Sul are 361, registered with the state Public Ministry (Ministerio Publico, 2010). Considering the good governance practices, establishing? Emphasis on transparency, the foundations should reveal information to stakeholders. This study aimed to analyze the factors explaining the level of disclosure of information on the electronic pages of foundations based in the state of Rio Grande do Sul. The sample consisted of 48 foundations, with web pages published on the Internet. The level of transparency was measured by analysis containing the information in existing web pages, using the first indicators, representing information and then index that allowed for measuring the level of disclosure. The main results show the following: we can identify foundations that have an educational level of disclosure than the welfare foundations. Besides the hypotheses inflow and communication in the media were discarded, because no first model proved to be the determinant of the inflow hypothesis disclosure of information in electronic pages on the Internet and the second by not presenting a minimum number of observations that could validate the model. Finally, we conclude that the objective was achieved by measuring the level of disclosure of information of the electronic pages of the final sample of Foundations the State of Rio Grande do Sul, which have effectively page on the Internet. At the end of the study we can infer that based on the results of significance that the factors that explain the level of disclosure in the foundations of electronic pages on the Internet are: the donations, organizations supported or benefited and benefited people with the foundations.

Keywords: Level of transparency. Disclosure. Foundations. Third Sector.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Itens obrigatórios específicos das fundações a serem evidenciados.....	33
Quadro 2 – Estudos empíricos sobre divulgações na Internet	36
Quadro 3 – Relação de artigos internacionais com respectivas hipóteses	38
Quadro 4 – Hipóteses formuladas e relação esperada	42
Quadro 5 – Indicadores por artigo com autores.....	44
Quadro 6 – Descrição das hipóteses e variáveis	49

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Análise das páginas das 48 fundações em relação aos 26 indicadores obrigatórios	51
Tabela 2 – Análise das páginas das 48 fundações em relação aos 74 indicadores voluntários	53
Tabela 3 – Descrição das Fundações analisadas quanto aos itens obrigatórios nas páginas eletrônicas	56
Tabela 4 – Fundações analisadas quanto aos itens voluntários nas páginas eletrônicas	57
Tabela 5 – Matriz de correlação das variáveis explicativas ... Erro! Indicador não definido.	
Tabela 6 – Modelo 1 - <i>Dependent Variable</i> : ITI Erro! Indicador não definido.	

LISTA DE SIGLAS

ABONG	Associação Brasileira de Organizações não Governamentais
BP	Balanço Patrimonial
CONSAD	Conselho Nacional de Secretários de Estado da Administração
CPC	Comitê de Pronunciamentos Contábeis
DFC	Demonstrativo de Fluxo de Caixa
DLPA	Demonstrativo de Lucros ou Prejuízos Acumulados
DMPL	Demonstrativo das Mutações do Patrimônio Líquido
DRE	Demonstrativo do Resultado do Exercício
DVA	Demonstração do Valor Adicionado
FIPE	Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
FUNDATA	Banco de Dados das Fundações de Direito Privado e Público e das Entidades de Interesse Social
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INSS	Instituto Nacional de Seguridade Social
LRF	Lei da Responsabilidade Fiscal
MERCOSUL	Mercado Comum do Sul
MP	Ministério Público
NBC T	Normas Brasileiras de Contabilidade Técnica
ONGS	Organizações Não Governamentais
SICAP	Sistema de Cadastro e Prestações de Contas
UFMG	Universidade Federal de Minas Gerais
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA DA PESQUISA	13
1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA	15
1.2.1 Objetivo Geral.....	15
1.2.2 Objetivos Específicos.....	15
1.3 RELEVÂNCIA E JUSTIFICATIVA DA PESQUISA	15
1.4 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO	17
1.5 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO.....	17
2 REVISÃO DA LITERATURA	19
2.1 FUNDAÇÕES	19
2.2 TEORIA DA LEGITIMIDADE	24
2.3 TRANSPARÊNCIA NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL.....	27
2.4 EVIDENCIAÇÃO DE INFORMAÇÕES.....	31
2.5 REVISÃO DOS ESTUDOS EMPÍRICOS QUE TRATAM DE DIVULGAÇÕES <i>ONLINE</i> E FORMULAÇÃO DE HIPÓTESES	35
2.6 LITERATURA EMPÍRICA SOBRE INDICADORES REPRESENTATIVOS DE INFORMAÇÃO EVIDENCIADAS	42
3 METODOLOGIA	45
3.1 DESCRIÇÃO DAS VARIÁVEIS	47
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	51
4.1 ANÁLISES DA REGRESSÃO.....	60
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	65

REFERÊNCIAS	67
--------------------------	-----------

APÊNDICES

APÊNDICE A – NBCT 10 e 10.4 - Fundações	82
APÊNDICE B – Relação das 48 Fundações com Endereços Eletrônicos.....	86
APÊNDICE C – Relação das 361 Fundações enviadas pelo Ministério Público	103

ANEXOS

ANEXO A – Pesquisa em Periódicos Nacionais	89
ANEXO B – Pesquisa em Periódicos Internacionais.....	92
ANEXO C – Estudos Empíricos sobre Evidenciação de Informações, nas Páginas Eletrônicas de Fundações, Publicados em Periódicos Nacionais – Período 2003 a 2011	95
ANEXO D – Estudos Empíricos sobre Evidenciação de Informações, Transparência em Fundações <i>Online</i> Publicados em Periódicos Internacionais – Período 2002 a 2011	966
ANEXO E – Descrição das Fundações e seus Escores de Itens Obrigatório e Voluntários	97
ANEXO F – Relação de Indicadores Obrigatórios	99
ANEXO G – Relação de Indicadores Voluntários	1000

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa teve como objeto de estudo o nível de transparência promovido pelas políticas de evidenciação de informação, nas páginas eletrônicas, de Fundações do Estado do Rio Grande do Sul. Na sequência, apresenta-se a contextualização e o problema de pesquisa, os objetivos, a justificativa e a relevância da pesquisa e finaliza-se o capítulo com a estrutura da dissertação.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO E PROBLEMA DA PESQUISA

As organizações não governamentais (ONGs), também reconhecidas como terceiro setor da sociedade civil, que se declaram com finalidade pública e sem fim lucrativo, desenvolvem ações em diferentes áreas e, geralmente, mobilizam a opinião pública e o apoio da população para melhorar determinados aspectos da sociedade (CICONELLO, 2008). No Brasil, as ONGs são constituídas sob a forma jurídica de associações e de fundações privadas.

As fundações diferenciam-se das associações, porque podem ser definidas como o patrimônio personalizado pela ordem jurídica, sendo o mesmo destinado a uma finalidade estipulada pelo seu instituidor. Seu início dá-se através de um acervo de bens livres que recebe da lei a capacidade jurídica para realizar as finalidades pretendidas pelo seu instituidor, em atenção aos seus estatutos (VENOSA, 1996). Nas palavras de Maria Helena Diniz, fundação “é um patrimônio (propriedades, créditos ou dinheiro) colocado a serviço de um fim especial” (DINIZ, 1995, p. 146). Em síntese, uma fundação pode ser constituída pelo Poder Público, como também por liberalidade de particulares, pessoas físicas ou jurídicas, incluindo-se aí as hipóteses de constituição, pela decisão de um indivíduo, ou por testamento, após a morte do instituidor.

As fundações são mantidas através de doações financeiras e não financeiras e estabelecem relações com diferentes grupos de interesses (*stakeholders*), nas esferas públicas e privadas, tornando a transparência e a prestação de contas uma exigência natural a todos aqueles que as financiam (SOLDI *et al.*, 2007). Neste sentido, poder-se-ia pensar que a transparência seria fundamental ou uma condição de subsistência da fundação: “A transparência

para estas organizações é fator determinante da sua sobrevivência, é preciso que estas entidades prestem contas dos seus atos aos investidores sociais” (ASSIS; MELLO; SLOMSKI, 2006, p. 6).

Vale destacar que a evidenciação de informações contábeis minimizaria a assimetria de informação entre os gestores da fundação e a sociedade, oportunizando transparência sobre sua gestão, o que contribuiria para legitimar a fundação junto à sociedade, no que refere ao valor social de suas atividades. Um aspecto que dificultaria a adoção, por parte dos gestores, de um comportamento de transparência, evidenciando informações, estaria relacionado ao custo da fundação para evidenciar, que exige investimento para sistematizar e publicar as informações.

A Internet vem facilitando a comunicação das organizações em toda a sociedade, alterando as possibilidades de transparência sobre a gestão das organizações, ou mesmo, neste caso, das fundações, em específico sobre o desempenho financeiro e sobre a prestação de contas de suas atividades à sociedade. A comunicação das fundações com o seu ambiente externo é feita com muitos objetivos, desde o cumprimento de exigências legais à publicidade. O advento da Internet tem possibilitado atingir um maior público, assim como ampliar o nível de evidenciação de informação (GANDIA, 2003). A Internet é considerada um elemento estratégico, para a divulgação de informações por parte das Fundações (PEREZ; MATEOS, 2006; INGENHOFF; KOELLING, 2007). A Internet é uma ferramenta de baixo custo, que favorece a acessibilidade para os doadores e, dependendo da qualidade e quantidade de informação disponibilizada, pode proporcionar vantagens (HACKLER, 2007; LEE *et al.*, 2001; NAUDÉ *et al.*, 2004). Nesta perspectiva, o uso da Internet possibilita às fundações interagirem e divulgarem informações atualizadas sobre suas ações e projetos, com menor custo, facilitando a redução de assimetria de informação entre os gestores e a sociedade, em especial com os doadores.

Neste contexto, a divulgação *online* de informações das Fundações, tanto das públicas quanto das privadas, oportuniza a aproximação com os interessados, analistas e público em geral, proporcionando transparência e credibilidade. Partindo do exposto, cabe indagar: Quais são os fatores explicativos do nível de evidenciação de informações, nas páginas eletrônicas,

publicadas na Internet, das fundações sediadas no Estado do Rio Grande do Sul?

A partir deste questionamento, no próximo item, apresentam-se os objetivos desta pesquisa.

1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

Para viabilizar a obtenção de uma adequada resposta ao problema de pesquisa, o objetivo geral e os objetivos específicos foram estabelecidos, conforme apresentado na sequência.

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral da presente pesquisa foi verificar fatores explicativos do nível de evidenciação de informações, nas páginas eletrônicas, disponibilizadas na Internet, das fundações sediadas no Estado do Rio Grande do Sul.

1.2.2 Objetivos Específicos

Para a consecução desse propósito e para responder a questão proposta como objetivo geral foram adotados os seguintes objetivos específicos:

- a) Construir indicadores representativos de informações;
- b) Classificar indicadores de informações evidenciadas em índices;
- c) Mensurar o nível de transparência das informações evidenciadas.

1.3 RELEVÂNCIA E JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

A importância do estudo deve-se ao número significativo de Fundações que prestam diversos serviços à comunidade e ao fato de as mesmas terem cada vez mais importância no contexto social, atingindo todas as classes da sociedade (IBGE, 2006). Igualmente, sua relevância é percebida na contribuição com novas informações sobre o tema, que poderão proporcionar à sociedade a divulgação da transparência das fundações e da sua qualidade *online*.

As Fundações, como parte das ONGs, são importantes agentes das políticas públicas. Parte-se do pressuposto de que as fundações assumiram papéis tradicionalmente realizados pelo Estado ou pelo mercado. Isto é, especialmente observado em países em desenvolvimento, onde, muitas vezes, são dadas responsabilidades de prestação do bem público, incluindo tarefas como a saúde pública, a educação e a redução da pobreza, tendo um valor assistencial de grande importância. A escala crescente de suas operações levou a um maior controle. A entrada maciça de fundos governamentais e privados e as poucas barreiras em relação à como as fundações devem atuar aumentaram significativamente o potencial de atuação das mesmas. Os recentes escândalos no setor levaram a uma demanda por divulgação de informações, para assegurar que as organizações sem fins lucrativos atuem de forma responsável (GIBELMAN; GELMAN, 2001-2004; GREENLEE et al., 2007).

Na revisão de literatura empírica de publicações em nível nacional, não foram encontrados estudos com o objetivo aqui proposto. Identificaram-se apenas estudos que analisam a divulgação de informações, na área pública, de prefeituras e de administração pública como forma de atender a Lei da Responsabilidade Fiscal – LRF, Lei nº 101/2000. Em um dos trabalhos encontrados, os autores abordam o papel da Internet como potencial de comunicação entre o cidadão e o governo, promovendo a democracia (FARIA; OLIVEIRA, 2008). Outro estudo encontrado consiste numa análise dos sítios das secretarias de Estado de Minas Gerais, desenvolvido por Rodrigues (2010). Um terceiro refere-se à evidenciação nas fundações mantenedoras das universidades, no Estado de Santa Catarina (BORBA; PEREIRA; VIEIRA, 2010).

Foram também encontrados alguns estudos que tratam da forma como as fundações são fiscalizadas, mas eles não abordam o tema aqui proposto, nem no aspecto evidenciação, tampouco no tema divulgações de informações de fundações, na página eletrônica, na *Internet*. O estudo de Saxton e Guo (2009), por exemplo, aborda a prestação de contas na WEB, fazendo uma análise genérica de instituições sem fins lucrativos. Khan (2009) analisa fatores que motivam a divulgação financeira na Internet, da mesma forma que os autores anteriores analisam as instituições sem fins lucrativos, ou seja, de forma genérica. Gandia (2003), por sua vez, analisa a forma como as organizações

utilizam a Internet. Porém, os referidos estudos diferenciam-se deste porque não tiveram o mesmo objetivo de pesquisa ou população analisada.

1.4 DELIMITAÇÃO DO ESTUDO

O estudo foi realizado em Fundações, sediadas no estado do Rio Grande do Sul, que possuem página eletrônica publicada na Internet. Para atender a delimitação do estudo, ou seja, para ser considerada uma Fundação, a organização deveria possuir as seguintes características: não ter fim lucrativo, não distribuir qualquer excedente que possa ser gerado aos seus associados, donos ou controladores (SALAMON; ANHEIER, 1999). Baseado neste corte, foram excluídas as federações, confederações, sindicatos e associações. Neste estudo, dentre as fundações existentes, foram pesquisadas as da área da educação e assistência social, excluindo-se as demais áreas. Não foi analisada, neste estudo, a questão financeira das entidades, nem a utilização dos recursos arrecadados. Não foi intenção de este estudo analisar se as informações evidenciadas foram realizadas. Assim, o objetivo consistiu em descrever quais informações se apresentam quando do acesso às páginas eletrônicas das fundações, e não determinar como deveria ser ou o que deveria ter. Também não foi analisado qualquer outro veículo de divulgação que não fosse a página eletrônica da Fundação.

Ao procurar identificar as práticas de divulgação das Fundações do Estado do Rio Grande do Sul, este estudo integra-se à linha de pesquisa Contabilidade para Usuários Externos, do PPG em Ciências Contábeis da Universidade do Vale do Rio dos Sinos e integra o projeto de pesquisa sobre evidenciação em Organizações Públicas, coordenado por Profa. Dra. Clea Beatriz Macagnan.

1.5 ESTRUTURA DA DISSERTAÇÃO

Após esta introdução, apresenta-se a revisão da literatura sobre o assunto. Assim, o segundo capítulo é constituído pela revisão de temas como: Fundações, sua denominação, criação e importância; e Ministério Público, seu papel como órgão fiscalizador das ONGs, mais especificamente as fundações.

Na sequência, apresentam-se os pressupostos da Teoria da Legitimidade e discorre-se sobre os temas transparência e evidenciação de informação, suas principais características e forma de divulgação, assim como sua relevância. Finaliza-se este capítulo com a apresentação de revisão de estudos empíricos nacionais e internacionais sobre o tema.

No terceiro capítulo, faz-se referência aos aspectos metodológicos, descrevendo a forma como foi selecionada a população e a amostra a ser analisada. Apresentam-se ainda as fontes de dados, coleta e técnica de análise das evidências, bem como a existência ou não das informações, obrigatórias e/ou voluntárias divulgadas. No quarto capítulo, são apresentados os resultados empíricos obtidos com o estudo. Finaliza-se a dissertação com a apresentação das considerações finais e das referências bibliográficas utilizadas.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Este capítulo destina-se a discorrer sobre as principais características das Fundações e sobre a atuação do Ministério Público como órgão fiscalizador. Na sequência, há a revisão dos pressupostos da teoria da legitimidade. Em seguida, trata-se do tema da transparência e evidenciação, que incluem os padrões de divulgação e a classificação em obrigatórias x voluntárias. Por fim, apresenta-se a revisão dos estudos empíricos publicados em periódicos nacionais e internacionais sobre o tema, assim como a revisão de estudos para a elaboração da lista dos indicadores a ser utilizada na análise das páginas eletrônicas na Internet.

2.1 FUNDAÇÕES

A sigla ONG corresponde à *organização não governamental* — uma expressão que admite muitas interpretações. A definição textual (ou seja, aquilo que não é do governo) é tão ampla que abrange qualquer organização de natureza não estatal. No âmbito mundial, a expressão surgiu pela primeira vez na Organização das Nações Unidas (ONU), após a Segunda Guerra Mundial, com a denominação em inglês “*Non-Governmental Organizations (NGOs)*”, para designar organizações supranacionais e internacionais que não foram estabelecidas por acordos governamentais (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS - ABONG, 2011). Do ponto de vista formal, uma ONG é constituída pela vontade autônoma de mulheres e homens, que se reúnem com a finalidade de promover objetivos comuns de forma não lucrativa. Além disso, juridicamente, toda ONG é uma associação civil ou uma fundação privada (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS - ABONG, 2011). A legislação prevê quatro formatos institucionais para a constituição de uma organização sem fins lucrativos, ou seja: associação, organização religiosa, partido político e fundação.

As associações são constituídas por um grupo de pessoas que objetivam um determinado fim não lucrativo, podendo ser social, educacional, assistencial, ambiental, entre outros. “É a entidade particular que, além de possuir os requisitos peculiares às associações em geral, tem como característica essencial

o desempenho do fim exclusivo de servir à coletividade, ou seja, do fim público” (CUSTÓDIO, 1972, p. 67). De outra parte, as organizações religiosas são entidades que, no Estado democrático de direito, cingem-se na garantia constitucional da liberdade de culto (CF/88, art. 5º XVII e VI, respectivamente), e são caracterizadas pela união de pessoas que se organizam para fins religiosos, nada impedindo que haja a ocorrência de outras finalidades, tais como filantropia, ações beneficentes, culturais, científicas ou filosóficas.

O art. 44 [...] § 1º

explicita que às organizações religiosas são livres a criação, a organização, a estruturação interna e o funcionamento, sendo vedado ao poder público negar-lhes reconhecimento ou registro dos atos constitutivos e necessários ao seu funcionamento.

Quanto aos partidos políticos, podem ser definidos

como grupos sociais, geralmente regulados pelo direito público, vinculando pessoas que tendo a mesma concepção sobre a forma desejável da sociedade do Estado, se congregam para a conquista do poder político, para realizar um determinado programa (PINTO FERREIRA, 1988).

Por fim, Fundações podem ser definidas como

o patrimônio, personalizado pela ordem jurídica, destinado a uma finalidade estipulada pelo seu instituidor. Seria, portanto, um acervo de bens livres que recebe da lei a capacidade jurídica para realizar fins altruísticos geralmente dedicados à educação, à pesquisa científica ou finalidades filantrópicas (VENOSA, 1996, p. 181).

As Fundações são “um patrimônio destinado a servir, sem intuito de lucro, a uma causa de interesse público determinada, que adquire personificação jurídica por iniciativa de seu instituidor”, sendo que o seu patrimônio deve ser suficiente para a manutenção da entidade e dos fins previstos em Estatuto (SZAZI, 2006, p. 37). Além disso, são pessoas jurídicas que têm suporte factual no patrimônio inicial, em razão de suas características específicas (modo de constituição, administração e representação) e poderão pertencer a um ou outro ramo do direito (RESENDE, 2006). Diferentes das demais pessoas jurídicas, são

consideradas como um patrimônio com um fim determinado que adquire personalidade jurídica, por força de lei.

Em outras palavras, para constituir uma fundação é necessário que o fundador crie um estatuto, com regras de funcionamento e reconheça um grupo que irá responsabilizar-se em gerir esse patrimônio, segundo os objetivos para os quais a mesma foi criada. A partir do momento de sua constituição, o doador (instituidor) perde o controle do patrimônio, que passa a ser genericamente considerado como de toda a sociedade civil.

A legislação, através do parágrafo único do artigo 62 do Código Civil, explicita que, no direito pátrio, como tradição secular, não se admite a figura de pessoa patrimonial a administrar interesses exclusivamente privados. Também, no artigo 11 do Decreto-Lei nº 4.657, de 4 de setembro de 1942 (Lei de Introdução ao Código Civil), que leva, aí sim, numa interpretação literal, à conclusão irrefutável de que, obrigatoriamente, só poderão existir sociedades sem fins lucrativos (hoje associações) e fundações, se objetivarem, as mesmas, em seus especificados fins, a questões de interesse coletivo. Ou seja, “as organizações destinadas a fins de interesse coletivo, como as sociedades e as fundações” (FUNDATA, 2011).

Para a criação de uma fundação, o fundador (ou aqueles a quem ele cometer a aplicação do patrimônio) formulará o estatuto da fundação, submetendo-o à aprovação do Ministério Público (art. 65 do Código Civil). Aprovado, o estatuto será levado a registro no Cartório Civil de Pessoas Jurídicas da cidade onde se localiza a sede da Fundação. Para tanto, há que observar a legislação a respeito, como por exemplo, a fundação que remunera seus administradores não pode ser reconhecida como de utilidade pública ou obter o certificado de filantropia, sendo esta uma exigência para a obtenção de benefícios fiscais, tais como imunidades tributárias segundo o artigo 150, “c”, da Constituição Federal. Também não obterá isenção de recolhimento da contribuição patronal junto à Previdência Social, conforme Ordem de Serviço INSS/DAF n. 72, de 07 de abril de 1993.

Enquanto que, na iniciativa privada, as fundações podem ser criadas a partir de um patrimônio particular, as públicas têm sua criação com recursos públicos. O que significa dizer que integram a Administração Pública, ou seja, estão subordinadas à supervisão ministerial ou são criadas por lei (PETER;

MACHADO, 2003). Além disso, “a natureza jurídica de uma Fundação de direito privado, tem seu nascimento com a inscrição de seu estatuto no registro civil das pessoas jurídicas, após aprovação do Ministério Público” (RESENDE, 2006, p. 43). Após sua constituição, as fundações são fiscalizadas pelo Ministério Público (MP), independentemente de gerirem ou não recursos públicos. Assim sendo, por força de lei, as fundações, instituídas e disciplinadas, devem prestar contas segundo os ditames do Código Civil e são autorizadas e fiscalizadas pelo Ministério Público (MP).

Dessa forma, as fundações privadas, por desenvolverem ações de interesse público, tem previsão constitucional para a proteção, pelo Ministério Público, dos interesses desta natureza e mais, a previsão no Código Civil (art. 66), que diz: a ele compete zelar por estes interesses, o que o faz velando pelas fundações privadas. Além disso, o Ministério Público atua junto às fundações privadas com o intuito de fiscalizá-las, mas não só; intenta também aconselhar, recomendar ações e providências para que o interesse coletivo envolvido seja preservado. Apesar de as fundações serem criadas pela vontade e patrimônio de particulares, destinam-se a fins públicos, de alcance social. Dessa forma, na atuação delas, existe um interesse que é público e social. Conforme dispõe a Constituição Federal, em seu artigo 129, é função do Ministério Público zelar pelos interesses difusos e coletivos, entre outras funções que lhe são atribuídas por lei.

Conforme destacam Grazioli e Rafael (2009, p. 170-171), “no âmbito extrajudicial, as atribuições, poderes e obrigações do MP são diversos”. A seguir, explicitam-se as funções do MP em nível federal:

- a) Aprovar as minutas das escrituras de instituição de fundações e respectivas alterações, verificando se atendem aos requisitos legais e se bastam os bens aos fins a que se destinam, fiscalizando seu registro;
- b) Aprovar ou rejeitar as contas dos administradores das fundações, requisitando-as administrativa ou requerendo-as judicialmente, quando não forem apresentadas;
- c) Elaborar o estatuto das fundações, se inexistir quem o elabore ou não o fizer aquele a quem o instituidor incumbiu o encargo;

- d) Fiscalizar o funcionamento das fundações, protegendo sua estrutura jurídica e estatutária, por meio de visitas periódicas às fundações nas quais poderão ser analisados todos os documentos, sem restrição, inclusive os que envolverem sigilo bancário, como extratos de contas;
- e) Fiscalizar o funcionamento das fundações por meio da análise dos documentos enviados ou requisitados;
- f) Fiscalizar a aplicação e a utilização dos bens e recursos das fundações, podendo, a qualquer tempo, requisitar informações e relatórios dos dirigentes, sem qualquer restrição;
- g) Examinar os balanços e as demonstrações de resultados;
- h) Requisitar informações e cópias autenticadas de qualquer tipo de documento da fundação, inclusive os protegidos por sigilo.

Portanto, pode-se observar que o MP é, ao mesmo tempo, o que reconhece a existência de uma fundação, assim como a fiscaliza. As referidas funções do MP, em nível federal, não determinam a exigência de transparência junto à sociedade. Já, no nível estadual, o Ministério Público do Estado Rio Grande do Sul segue outras normas e uma legislação que complementam a orientação em nível federal, a saber: Lei n.º 7669 de 7 de junho de 1982, Lei Orgânica do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul; Portaria n.º 533/1978 de 05/09/1978. Estabelece normas para a atuação da curadoria e da procuradoria de fundações e dá outras providências; Provimento n.º 26/2002 de 06/05/2005 institui, no âmbito do Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul, o Sistema de Cadastro e Prestação de Contas Informatizado de Fundações – SICAP, e dá outras providências.

As fundações, além de estarem submetidas à Legislação, precisam legitimar-se como forma de manterem-se não apenas economicamente, mas também com vistas a apoio a suas proposições, segundo Ruiz Lozano *et al.* (2008). A legitimidade é construída quer seja através da transparência de seus atos, quer seja através da evidenciação de informações de forma transparente e de fácil compreensão. A seguir, aborda-se a Teoria da Legitimidade, que pressupõe que as fundações utilizariam a evidenciação de informações, para legitimar-se perante a sociedade.

2.2 TEORIA DA LEGITIMIDADE

Para abordar sobre legitimidade, importa refletir sobre sua conceituação. O conceito de legitimidade normativa pode assumir um significado jurídico, sociológico e cultural: “A legitimidade é uma percepção construída generalizada de que as ações de uma entidade são conveniente, adequado ou apropriado socialmente dentro de alguns sistemas de normas, valores, crenças e definições” (SUCHMAN, 1995, p. 574). Vale destacar que a legitimidade tem sido reconhecida como um elemento central, na política, em regimes de governança, ao tratar da relação entre a aceitação social de regimes em instituições e a sua capacidade de exercer poder e autoridade eficazmente (BRINKERHOFF, 2005).

A teoria da legitimidade parte do princípio de que uma organização, para ser considerada legítima ou adequada, pressupõe estar de acordo com as normas e valores da sociedade em que estão incorporadas, ou seja:

A legitimidade baseia-se na ideia de que existe uma espécie de **contrato social** entre as organizações e a sociedade em que atuam, representando um conjunto de expectativas implícitas ou explícitas de seus membros a respeito da forma como elas devem operar (DIAS FILHO, 2007, p. 6).

A conformidade garante que as organizações recebam apoio e sobrevivam (MEYER; ROWAN, 1977; PFEFFER; SALANCIK, 1978; DI MAGGIO; POWELL, 1983). Além disso, esta teoria compreende dois fatores essenciais. Em primeiro lugar, as atividades de legitimação desenvolvidas pelas organizações deverão estar de acordo com os valores sociais da sociedade onde operam. Em segundo lugar, essas atividades de legitimação devem ser apresentadas à sociedade, através de divulgação efetuada pelas organizações (DOWLING; PFEFFER, 1975). Assim, “a legitimidade é um processo de legitimação, pelo qual, uma organização procura a aprovação de grupos da sociedade” (KAPLAN; RULAND, 1991, p. 370).

Igualmente, essa teoria também considera que um contrato social não é algo estático, mas sim dinâmico, que se altera com o tempo, dado que as normas e valores da sociedade se modificam (BROWN; DEEGAN, 1998). Considerando a sociedade capitalista, as organizações empresariais estariam legitimadas no seu objetivo de maximização dos lucros. Porém, nas últimas

décadas, aspectos como responsabilidade social e ambiental passaram a ser itens que configuram condições para a legitimação das organizações empresariais. Embora tenha consequências concretas, a legitimidade em si é um conceito abstrato, dada a realidade de múltiplos atores no ambiente social. Recentemente, a legitimidade tem emergido como uma área de preocupação e de instrução para as organizações não governamentais (ONGs), ligadas a questões de representação e prestação de contas (HUDSON, 2000; LISTER, 2003; SAXBY; SCHACHTER, 2003). Além disso, as organizações com custos políticos potencialmente elevados, embora não seja uma prerrogativa exclusivamente delas, quando se sentem ameaçadas em sua legitimidade, necessitam e procuram ampliar as evidenciações compulsórias e voluntárias, recuperando ou diminuindo a possibilidade de perda de legitimidade (BEUREN; SÖTHER, 2008).

Organizações legítimas deveriam conhecer e estar de acordo com as expectativas da sociedade e, como resultado, seriam aceitas, valorizadas e tomadas como certas (ALDRICH; FIOL, 1994; MEYER; SCOTT, 1983). Além disso, as organizações buscariam, continuamente, demonstrar que operam dentro de limites e normas aceitáveis pela sociedade, ou seja, as organizações tentariam assegurar que suas atividades são percebidas por terceiros como “legítimas” (ISLAM; DEEGAN, 2008). Ainda, a teoria da legitimidade tem suas raízes na ideia de um contrato social entre a fundação e a sociedade, ou seja, a fundação deve desenvolver seus objetivos o mais próximo possível do que a sociedade considera correta. Esta teoria está baseada na ideia de que, para continuar operando prosperamente, as organizações têm de agir dentro do que a sociedade identifica como comportamento socialmente aceitável (O'DONOVAN, 2002; LINDBLOM, 1984; GUTHRIE; PARKER, 1989; PATTEN, 1992).

Sob a análise de O'Dwyer (2002), a legitimidade da organização pode ser entendida como um processo ou um estado, pois envolve o aspecto social. Quanto mais a entidade fica próxima daquilo que a sociedade espera dela, mais se legitima. Neste viés, as Fundações, além de manter sua legitimidade, poderiam ampliar o número de doadores, pois muitas destas entidades têm sua manutenção através das contribuições que são feitas pela sociedade. O foco da teoria da legitimidade é o reconhecimento da sociedade, isto é, na adequação do comportamento social das organizações (NASI *et al.*, 1997). Isso significa que a

sociedade julga as organizações através da imagem que as próprias organizações criam para si.

Nesta perspectiva, a única forma de as fundações sobreviverem legitimamente, sendo aceitas, é: “Se a sociedade onde está inserido reconhecer que a organização está a operar de acordo com um conjunto de valores que são benéficos para toda a sociedade” (GRAY *et al.*, 1996, p. 46). Quando existe um desfazimento entre as expectativas da sociedade e a percepção desta, podem-se ter problemas de legitimidade. Gray *et al.* (1995) argumentam que a teoria da legitimidade pode oferecer diferentes níveis de explicação, pois não é vista como algo permanente, sendo que depende de uma transparência adequada, que mostre que não só beneficia uns poucos, mas que o objetivo maior é plural, ou seja, para a sociedade (BERMAN, 2006).

A força da legitimidade está diretamente ligada às informações da prestação de contas, desde que atendam às expectativas dos participantes da organização (LISTER, 2003). Como forma de manter sua legitimidade, Herranz da Casa (2007) destacou a importância de disponibilizar informações sobre todos os aspectos das organizações, além da divulgação de suas atividades. Como resultado, a transparência tornou-se uma questão estratégica e não mais apenas uma questão operacional, inserindo, nas organizações, mecanismos de avaliação, sistemas de informação e comunicação segura, sendo uma delas a *Internet* (RUIZ, 2008).

As organizações divulgariam voluntariamente informações para demonstrar o seu compromisso social com a comunidade e, assim, sentirem-se legitimadas (CAMPBELL, 2006). Neste sentido, autores como Naudé *et al.* (2004), Ingenhoff e Koelling (2007) e Ozcelik (2008) demonstram a utilidade das novas tecnologias, especialmente da *Internet*, para disseminar informação. Informações *online* constituiriam uma estratégia de divulgação para as organizações legitimarem-se ou para manterem a legitimidade de suas operações, na medida em que afetam a percepção pública da organização (NEU *et al.*, 1998; HOOGHIEMSTRA, 2000). Organizações buscam estabelecer uma coerência entre os valores sociais associados ou implicados por suas atividades e as normas de comportamento aceitável no sistema social no qual elas fazem parte. “Na medida em que estes dois sistemas de valores são coerentes, pode-se falar de legitimidade” (MATHEWS, 1993, p. 350).

De acordo com Patten (1992), as organizações devem abordar as questões sociais exigidas pelos grupos de pressão da sociedade. A fim de responder a essas pressões e garantir a sobrevivência e a resistência para essas organizações, os gestores devem melhorar a sua comunicação (LEGROS; MATHEWS, 1993). A teoria da legitimidade supõe, então, que a organização pretende certificar a sua sobrevivência e continuidade através da divulgação de informações detalhadas, voluntariamente, de modo a confirmar que é um bom cidadão (GUTHRIE; PARKER, 1989). Como resultado, a organização autentica sua existência, legitimando as suas atividades.

A divulgação voluntária de informações é vista como um meio de obter o apoio do público para provar que opera de acordo com os valores sociais, para preservar uma boa imagem e para sustentar a legitimidade (PATTEN, 2002). Esta perspectiva baseia-se na visão de que o contrato social, entre uma organização e a sociedade, obriga a primeira a revelar informações voluntariamente sempre que a gestão entender necessárias (GUTHRIE *et al.*, 2004). A teoria da legitimidade tem sido usada para explicar porque as fundações revelam voluntariamente. Por exemplo, Miller e Whiting (2005) usam esta teoria para explicar a relação entre o “valor oculto” e a extensão da divulgação voluntária do capital intelectual.

Assim, a transparência é de fundamental importância para a legitimação das fundações. No capítulo a seguir, vamos discorrer sobre a mesma.

2.3 TRANSPARÊNCIA NO CONTEXTO ORGANIZACIONAL

A transparência pode ser definida através de várias abordagens. Uma delas, de acordo com Bushman *et al.* (2004), revela que, para a observação das atividades das organizações no mercado, é preciso que as informações estejam disponíveis aos interessados de forma clara. Na visão de Board *et al.* (2002), a transparência seria a habilidade de observar os níveis atuais e recentes das atividades do mercado. Na visão de McClure (2006), é a capacidade da organização em produzir, recolher, validar e disseminar informações às partes interessadas, produzindo relatórios financeiros de qualidade que permitem uma análise mais clara e eficaz. Para Srinivasan (2006), divulgar qualquer tipo de informação não resolve o problema da falta de transparência, já que a

informação disseminada deve possuir qualidade para que atenda às premissas da transparência. De acordo com Camargo (2001), a falta de transparência poderia afetar a captação de recursos. Um ambiente de poucas informações ou com baixa qualidade poderia gerar desconfiança. A relação transparente seria importante para a captação de recursos, pois nenhum agente racional destinaria um valor de seu patrimônio a uma entidade obscura e sem evidências de que sua aplicação está sendo feita de forma apropriada.

As fundações deveriam operar com transparência, disponibilizando critérios de acesso aos recursos (FALCONER; VILELA, 2001). Essa prática não é, entretanto, frequente. Os autores afirmam que no Brasil são poucas as organizações que publicam diretrizes e guias de aplicação de recursos e este seria um dos meios de promover a transparência. A prática da transparência requer, das organizações, uma alteração profunda em seu processo de gestão. Além disso, as mudanças por parte das organizações devem se efetivar de forma mais intensa. Dificilmente aquelas que se caracterizam por uma hierarquia rígida e por decisões centralizadas descartam a participação como elemento de sua cultura e de sua autêntica interação com o mercado (BUENO, 2006). Neste contexto, a organização transparente estaria, por definição, aberta ao diálogo, pronta para divulgar as informações. Isso significa que ela tentaria manter uma sintonia com seus participantes, estabelecendo canais permanentes com os seus públicos, buscando, assim, adaptar-se às novas demandas ou desafios, admitindo rever ações e estratégias, quando as mesmas não se mostrarem adequadas.

Outro ponto a ser considerado é que a falta de transparência pode afetar a captação de recursos, já que uma onda de desconfiança pode ser gerada por um ambiente de poucas informações ou sem clareza (CAMARGO, 2001). Quando se fala em transparência, um elevado nível é sempre desejável e vale destacar que os custos para aumentar a transparência tendem a reduzir-se diante do progresso tecnológico e dos resultados que advêm das divulgações (BOARD *et al.*, 2002).

Para demonstrar a transparência, as organizações deveriam evidenciar informações financeiras, detalhando os números e os resultados, o acesso às instalações físicas, como formas de comprovar a existência da organização e a disponibilidade de informações operacionais e administrativas que envolvem a

questão da gestão das organizações, bem como a divulgação dos nomes dos membros da administração (BOARD *et al.*, 2002). A divulgação de informações financeiras cumpre com o seu objetivo à medida que venha a ser relevante e confiável. Também deve permitir a comparabilidade, possibilitando a identificação de semelhanças e diferenças entre as fundações ou até mesmo a comparação da mesma em diferentes períodos. Além disso, a informação deve estar disposta de forma a satisfazer as necessidades de seus usuários sem beneficiar um ponto de vista específico. Ademais, existem certos conceitos e certas características qualitativas da informação que devem ser observadas para que a informação contábil cumpra o dever de fornecer informações confiáveis, sobre os recursos da organização, aos usuários externos como acionistas, fornecedores, governo etc., e, assim, tornar-se uma ferramenta importante no processo de tomada de decisão (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999).

Quanto às divulgações, elas devem ocorrer através de relatórios periódicos. Estes devem contemplar a divulgação financeira, assim como os princípios contábeis que foram utilizados na mensuração dos eventos e transações e as políticas de governança corporativa (BUSHMAN *et al.*, 2004). Além disso, um dos principais objetivos da divulgação financeira é fornecer informações úteis, no processo de tomada de decisões. Por isso, é importante que a informação divulgada seja apropriada e relevante, pois afetará o comportamento de diferentes *stakeholders*.

Também é necessário divulgar informações operacionais e administrativas. Estas devem ser claras e confiáveis e explicar missão da organização porque existe e a que tipo de atividades se dedica, e se cumpre o que se propõe (HUDSON, 1999; CONNORS, 2002). Com relação à comunicação das atividades operacionais e administrativas, esta tem por objetivo informar aos *stakeholders* metas e objetivos propostos pela organização, considerando a captação de recursos atingidos e a avaliação do seu respectivo desempenho (HERRANZ, 2007). Além disso, avaliar a mídia a ser utilizada, considerando-se a possibilidade de acesso à informação dos diversos públicos. Em outras palavras, observar se os meios de comunicação utilizados contemplam os diferentes tipos de usuários da informação.

Os processos que envolvem a troca de informações e comunicação vêm adquirindo uma crescente importância. A Internet é uma ferramenta valiosa para

as organizações, pois através dela tornou-se possível o aprimoramento do acesso às informações assim como sua disseminação às pessoas e a comunidade (SARGEANT, 2001). A escolha do canal de comunicação deve apresentar a melhor relação custo x benefícios, dentre as opções disponíveis, como: mala direta, *telemarketing* e Internet (ALCÂNTARA; ALVAREZ, 2006).

A transparência através do uso de páginas eletrônicas na WEB é indicada, pois têm contribuído para a eficiência das Organizações (INGENHOFF; KOELING, 2007). A Internet é uma das principais ferramentas da comunicação que pode ser usada nos processos de planejamento pelos gestores das organizações, considerando a cobrança da sociedade em relação à eficácia, transparência e austeridade, e também quanto à utilização dos recursos privados para fins públicos, além do contato com potenciais doadores de recursos (GOLDSCHMIDT, 2006; JENKINSON, 2005; SARGEANT, 2001; VOLTOLINI, 2004).

A integridade das organizações está constantemente sob dúvida. É importante comunicar-se claramente com o mundo, melhorando dessa forma não só a comunicação dessa organização como também a confiança no setor como um todo (DIEHL, 2005). Algumas organizações, embora idôneas em suas causas e corretas na administração de recursos financeiros, podem passar uma imagem diferente, devido à dificuldade na comunicação das informações. Assim, a comunicação “pode ajudar a transformar causas em marcas fortes, que tenham longevidade, personalidade e consistência” (VOLTOLINI, 2004, p. 165).

As organizações estão divulgando na Internet uma maior gama de informações, financeiras ou não financeiras, para investidores e potenciais investidores e outras partes interessadas (GEERINGS *et al.*, 2003; MARSTON; POLEI, 2004). Mesmo no contexto empresarial, à medida que caminhamos para uma era onde o comércio *online* tende a aumentar, os potenciais investidores deverão ser facilmente capazes de obter informações para tomar decisões de investimento. Um dos benefícios da divulgação de informações na Internet é a possibilidade de potenciais doadores na decisão de alocação de seus recursos (HURTT; KREUZE; LANGSAM, 2001; BOLLEN *et al.*, 2006).

As organizações deveriam criar formas para melhorar os processos de comunicação de forma a tornarem-se mais eficientes, pois a comunicação com os *stakeholders* ainda é bem menor do que deveria ser na maioria das

organizações sem fins lucrativos (ALCÂNTARA; ALVAREZ, 2006). A Internet é um meio de comunicação com rápido crescimento em todo o mundo, facilitando-lhes acesso a documentos, oportunizando textos, gráficos, som e vídeo que possibilitam a divulgação de informações aos *stakeholders* (LYMER, 2003), sendo este um meio de última geração, com baixo custo, que oportuniza o acesso de forma rápida e transparente aos receptores. Além da transparência, a divulgação clara e precisa das informações oferece maior credibilidade às fundações e, ainda, possibilita a cobrança da sociedade em relação à eficácia e austeridade na administração dos recursos privados para fins públicos e do contato com potenciais doadores de recursos. No capítulo a seguir, discorre-se sobre a evidenciação de informações, sua importância e relevância.

2.4 EVIDENCIAÇÃO DE INFORMAÇÕES

Nos Estados Unidos, o *American Institute of Certified Public Accountants* (AICPA) estabelece que o objetivo das evidenciações das demonstrações é prover, primeiramente, aqueles usuários que têm limitada autoridade, capacidade ou recursos para obter informações e que contam com as demonstrações financeiras como sua principal fonte de informação sobre as atividades econômicas das entidades (ASOBAT, 1966). No Brasil, o objetivo da evidenciação de informação é o mesmo, isto é, evidenciar informações econômicas de forma clara, para que se tenha compreensão do que está sendo divulgado (AQUINO; SANTANA, 1992).

Os estudos que tratam sobre evidenciação de informação descrevem os meios utilizados pela Contabilidade para comunicar seus resultados aos usuários da informação. A evidenciação diz respeito à qualidade e às categorias de informações de caráter financeiro e econômico sobre as operações, recursos e obrigações de uma fundação (NIYAMA; GOMES, 1996). Sendo esta fonte de informação instrumento de pesquisa dos usuários, é prudente que as divulgações sejam realizadas com responsabilidade. Todavia, se há divulgações com responsabilidade, a análise da evidenciação dessas informações e o acompanhamento de sua evolução estão cada vez mais presentes nas discussões, tanto acadêmicas, quanto empresariais. No entanto, apesar do aceite popular e da importância da evidenciação, ainda permanece uma

discrepância entre o que os governos estão dispostos (capazes) de prover em termos de informação e o que de informação o público espera (ICERMAN; SINASON, 1996).

Neste contexto, o esforço de evidenciação, um dos pilares da governança, deveria ser uma manifestação contínua com o intuito de melhorar a transparência (HOWARD; SETH, 2005). Além disso, a divulgação interessaria à comunidade de forma geral. Lloyde, Warren e Hammer (2008) afirmam que os interessados podem ser aqueles que estão dentro das organizações, como também os que estão fora dela, uma vez que as informações são divulgadas para todos os usuários. Neste sentido, as fundações evidenciariam informações para duas vias de interessados, os usuários internos que incluem funcionários e colaboradores, mas também aos usuários externos que são a comunidade em que estão inseridos, os doadores e o público em geral. Além disso, informações consideradas relevantes deveriam ser disponibilizadas aos cidadãos para demonstrar maior transparência à gestão dos recursos que lhe são conferidos (FIGUEIREDO *et al.*, 2001). As evidenciações de informações, independente do meio utilizado, estariam diretamente ligadas à transparência sobre a gestão da fundação. Esta transparência seria cada vez mais cobrada pela sociedade porque, de certa forma, visaria a atender as necessidades de informação ao cidadão, que é o principal financiador das doações (SLOMSKI, 1999).

A evidenciação é uma maneira de informar às partes interessadas sobre a realidade das fundações, em duas categorias, a saber: através de demonstrações financeiras obrigatórias ou de informações voluntárias (HEALY; PALEPU, 2001). A primeira decorre de exigências legais, enquanto que a segunda compreende as informações que, por decisão da administração, são consideradas relevantes à divulgação. No caso das voluntárias, estas podem ocorrer de várias formas, através de cartas, relatórios, comunicados à imprensa ou aos interessados (WATSON; SHRIVES; MARSTON, 2002).

As informações obrigatórias seguem padrões de evidenciação determinados pelas normas de contabilidade que exigem regras para divulgações que devem ser obedecidas. Além disso, estas divulgações podem ter caráter quantitativo e qualitativo. As informações quantitativas são de ordem financeira: “Vale destacar que, nem todos os dados quantitativos, porém, possuem a mesma precisão” (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999, p. 516).

Conforme o Comitê de Pronunciamentos Contábeis – CPC 40, a evidenciação deve conter o sumário dos dados quantitativos sobre sua exposição aos riscos do fim do período. Já as informações qualitativas são mais difíceis de avaliar, em termos de significância e relevância, porque recebem pesos variados dos indivíduos que a utilizam para a tomada de decisões (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999). Segundo CPC 40, para cada tipo de risco decorrente de instrumentos financeiros, a entidade deve divulgar: a exposição ao risco e como ele surge, seus objetivos, políticas e processos para gerenciar os riscos e os métodos utilizados para mensurar o risco, e quaisquer alterações do período anterior. A finalidade e a quantidade de informação que deve ser divulgada dependem do usuário. De um modo geral, a informação contábil deve ser compreensível, relevante, confiável e comparável (IUDÍCIBUS; MARION, 2007, p. 64).

As informações obrigatórias são determinadas pelas Normas Brasileiras de Contabilidade – NBC T 10 – que trata dos aspectos contábeis específicos em entidades diversas. De forma mais específica, a NBC T 10 4 – Fundações – determina quais as informações que as fundações devem evidenciar, a NBC T 6 – Da Divulgação das Demonstrações Contábeis e NBC T 3 – Conceito, Conteúdo, Estrutura e Nomenclatura das Demonstrações Contábeis. Na sequência, apresenta-se o Quadro 1, que descreve os relatórios contábeis a serem evidenciados.

Quadro 1 – Itens obrigatórios específicos das fundações a serem evidenciados

ITENS OBRIGATÓRIOS
- Balanço Social (BS);
- Demonstração do Superavit ou Deficit;
- Demonstração dos Fluxos de Caixa (DFC);
- Demonstração do Valor Adicionado (DVA);
- Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados (DLPA).

Fonte: Elaborado pela autora

É importante destacar que também está prevista na Lei nº. 6.404, de 1976, a Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido (DMPL) cuja elaboração é facultativa (artigo 186, §2º, da Lei nº. 6.404, de 1976). A

Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados (DLPA) poderá integrar a Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido (DMPL), caso a organização decida pela sua elaboração e publicação. Quanto ao controle da divulgação destas informações, fica a cargo do Ministério Público de cada estado da federação, através da legislação própria.

No que diz respeito às divulgações de informações na *Internet (online)*, a Lei 9.755/1998 dispõe sobre a criação de páginas eletrônicas, pelo Tribunal de Contas da União, para a divulgação das evidenciações compulsórias das entidades públicas. Esta Lei estabeleceu a criação de página eletrônica, com o título “contas públicas”, para a divulgação de determinadas informações orçamentárias, como: montantes de cada um dos tributos arrecadados, relatórios resumidos da execução orçamentária, balanço consolidado das contas, orçamentos do exercício e os respectivos balanços do exercício anterior, resumos dos instrumentos de contrato ou de seus aditivos e relações mensais de todas as compras feitas pela Administração direta ou indireta. É essencial que a divulgação destas informações esteja disponível para a sociedade, razão pela qual a Internet é considerada um elemento estratégico para a divulgação por parte das fundações (PEREZ; MATEOS, 2006; INGENHOFF; KOELLING, 2007).

Com relação às informações voluntárias, seriam todas aquelas entendidas como relevantes que agreguem valor às demais divulgações, que auxiliem nas análises. Assim sendo, por meio da evidenciação de informações, as fundações podem demonstrar sua contribuição para a sociedade, objetivo pela qual foram criadas e, com isto, legitimarem-se junto a este ambiente social específico. Além disso, divulgarem informação importante e relevante aos usuários das demonstrações financeiras pode ajudá-las a tomar decisões da melhor maneira possível, com a limitação de que os benefícios devem superar os custos (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999, p. 224). A evidenciação de informações por parte das fundações, seja através da divulgação, seja pela prestação de contas, é uma forma de demonstrar aos seus doadores que seus recursos estão atendendo aos propósitos sociais e filantrópicos descritos em seus objetivos.

A evidenciação de informação tem sido estudada no mundo inteiro (CORE, 2006): “Pesquisadores de contabilidade têm investigado a associação entre as características corporativas e a divulgação de informações nos

relatórios anuais desde 1961” (AHMED; COURTIS, 1999, p. 35). A relação existente entre o volume de divulgação e as características das fundações pode ser a motivação para evidenciar informações. Além disso, as fundações publicam para atender às demandas da legislação e fornecer à sociedade os resultados de sua gestão, de forma a conquistar, manter ou recuperar a legitimidade na gestão, além de reduzir o custo político (AVELINO; COLAUTO; CUNHA, 2010). Sendo assim, a organização necessita revelar constantemente à sociedade a sua importância e legitimar os seus atos, evidenciando o cumprimento do *contrato social* existente entre a sociedade e a fundação.

2.5 REVISÃO DOS ESTUDOS EMPÍRICOS QUE TRATAM DE DIVULGAÇÕES ONLINE E FORMULAÇÃO DE HIPÓTESES

A revisão dos estudos empíricos em nível internacional oportunizou a identificação de alguns artigos. Estes estudos examinaram o tema divulgações na Internet, inclusive valorizando a importância das divulgações *online* (BARAC, 2004; CHENG; LAWRENCE; COY, 2000; KHADAROO, 2005; LYBAERT, 2005; MARSTON, 2003; MARSTON; POLEI, 2004). Barac (2004) relata que 87% das empresas, em nível geral, na África do Sul, tinham páginas eletrônicas na Internet. Desse total de empresas, 86% delas com relatório anual pormenorizado e 81% com um relatório de auditor publicado nas suas respectivas páginas eletrônicas. O estudo de Marston e Polei (2004), com uma amostra de empresas alemãs, mostrou que todos tinham páginas eletrônicas disponibilizadas na Internet, sendo que 89 empresas publicavam seu relatório anual completo em suas respectivas páginas. O estudo de Marston (2003) pesquisou 100 empresas japonesas e confirmou que 68 delas tinham informações financeiras divulgadas em suas páginas eletrônicas no idioma em Inglês. Lybaert (2005), em seu estudo, mostrou que 168 das 188 empresas holandesas estudadas possuíam páginas eletrônicas disponibilizadas na Internet. Deste total, 162 empresas publicaram informações financeiras. Em um estudo comparativo, Khadaroo (2005) relatou que 75% das empresas, na Malásia, possuem páginas eletrônicas na Internet, enquanto que em Cingapura o índice é de 87%.

Ja na Nova Zelândia, as informações sobre divulgações na Internet são poucas, quase escassas. Houve poucos estudos relatando divulgações *online*.

Alguns investigaram a qualidade das páginas eletrônicas das organizações (CHENG *et al.*, 2000). Em outros, foram examinados o nível de utilização da Internet para divulgação de informação financeira (LONT, 2003; MCDONALD; LONT, 2001). Cheng *et al.* (2000) relataram que apenas oito das 32 empresas investigadas tinham bem desenvolvido suas páginas eletrônicas. McDonald e Lont (2001) e Lont (2003) forneceram uma lista atualizada sobre quantas empresas da Nova Zelândia estavam envolvidas em divulgações na Internet. Em um estudo posterior, Oyelere, Laswad e Fisher (2003) analisaram os determinantes da divulgação *online* pela Nova Zelândia. O estudo concluiu que quanto maior a empresa mais provável é que terá uma página eletrônica para divulgar informações *online*.

Esta revisão de artigos possibilitou identificar estudos explicativos que apresentavam teste de hipóteses testadas. O resultado apontou um número pequeno de artigos, conforme pode ser observado no Quadro 2, apresentado a seguir.

Quadro 2 – Estudos empíricos sobre divulgações na Internet

AUTOR / ANO	O TEMA DO ESTUDO
Kelton e Yang (2008)	Investigar os mecanismos da governança corporativa que levam à transparência e à melhora da divulgação dos relatórios financeiros na Internet
Saxton e Guo (2009)	Investigar as relações de diálogo entre as organizações e as partes interessadas através da Internet
Juan L. Gandía (2009)	Examinar a extensão e a forma como as organizações usam a Internet para divulgar informações sobre ativos intangíveis.
Uwugbe e Uwalomwa (2011)	Investigar a associação entre as características das organizações e o nível de divulgações corporativas na Internet
Tremblay Boire e Prakash (2011)	Examinar quais motivações para entidades sem fins lucrativos fazer divulgações <i>online</i>

Fonte: Elaborado pela autora

O estudo de Kelton e Yang (2008) sugere que a governança corporativa leva à transparência e à melhora da divulgação dos relatórios financeiros na Internet. Já o artigo de Saxton e Guo (2009), *Accountability Online Understanding the Web-Based Accountability Practices of Nonprofit Organizations*, estudou as relações de diálogo entre as organizações e as partes interessadas. Os autores afirmam, em suas análises, que as organizações sem fins lucrativos estão

usando cada vez mais tecnologias baseadas na Internet para publicar a prestação de contas. As estatísticas descritivas mostram que a página eletrônica da fundação foi mais eficaz quando utilizada para fornecer informações financeiras e apresentar o desempenho, do que para fornecer mecanismos dialógicos para a entrada de partes interessadas em participações interativas.

O estudo de Gandia (2009) examina a forma como as organizações usam a Internet para divulgar informações sobre ativos intangíveis. O autor realiza teste de hipóteses para verificar níveis de divulgação na Internet. Concluiu que as evidências obtidas reafirmam o potencial que a Internet tem como mecanismo para melhorar a comunicação entre as empresas, que têm gerado informações intangíveis aos seus usuários potenciais. A pesquisa de Uwigbe (2011) investiga a associação entre as características e o nível de divulgações corporativas, usando a técnica de amostragem, sendo examinadas 31 organizações. Após o teste das hipóteses, concluiu-se que existe significância positiva na relação entre tamanho e nível de divulgação social. Já a pesquisa de Tremblay-Boire e Prakash (2011) desenvolveu o estudo das divulgações em páginas eletrônicas. Constatou que as organizações que aparecem com mais frequência nos meios de comunicação divulgam sistematicamente mais informações em suas páginas eletrônicas.

Na sequência, apresenta-se um quadro resumo com o nome dos autores, o ano de publicação do estudo e as hipóteses por eles testadas. As que se encontram em **negrito** são as hipóteses que não foram rechaçadas pelo resultado da referida pesquisa.

Quadro 3 – Relação de artigos internacionais com respectivas hipóteses

(continua)

AUTOR E ANO	HIPÓTESES
Kelton e Yang (2008)	<p>H1: O nível de evidenciação de informação publicadas na página eletrônica na Internet está negativamente relacionado aos direitos dos seus acionistas.</p> <p>H2: O nível de evidenciação de informação publicada na página eletrônica na Internet está negativamente relacionado com a sua posse administrativa.</p> <p>H3: O nível de evidenciação de informações publicadas na página eletrônica na Internet está negativamente relacionado com a sua propriedade institucional.</p> <p>H4: O nível de evidenciação de informações publicadas na página eletrônica na Internet está positivamente relacionado com a proporção de conselheiros independentes.</p>
Saxton e Guo (2009)	<p>H1: A prestação de contas <i>online</i> está negativamente associada com o percentual de fundos irrestritos.</p> <p>H2: A prestação de contas <i>online</i> está negativamente associado com o tamanho da área geográfica ocupada pela organização.</p> <p>H3: A prestação de contas <i>online</i> está positivamente associada com o tamanho da organização.</p> <p>H4: A prestação de contas <i>online</i> é negativamente relacionada com o tempo de existência da organização.</p> <p>H5: A prestação de contas <i>online</i> está positivamente associada com o desempenho do conselho.</p> <p>H6: A prestação de contas <i>online</i> está positivamente relacionada com a gestão financeira.</p> <p>H7: A prestação de contas <i>online</i> está negativamente associada com os níveis regionais de pobreza.</p> <p>H8: A prestação de contas <i>online</i> está negativamente associada com o nível de densidade organizacional.</p>
Gandía (2009)	<p>H1: O grau de divulgação de intangíveis divulgados na Internet está positivamente associado com o tamanho da empresa.</p> <p>H2: O grau de divulgação de intangíveis na internet está associado com o tipo de empresa.</p> <p>H3: O grau de divulgação de intangíveis na internet está associado positivamente com o grau de alavancagem da empresa.</p> <p>H4: A extensão da divulgação de intangíveis na internet é diferente entre o europeu e as corporações multinacionais americanas.</p> <p>H5: A extensão da divulgação de intangíveis na internet está associada negativamente com a relação das empresas BM.</p> <p>H6: O grau de divulgação de intangíveis na internet está associado positivamente com a intensidade dos gastos das empresas intangíveis.</p> <p>H7: O grau de divulgação de intangíveis na internet está associado positivamente com o desenvolvimento da sociedade da informação em um país.</p>

Quadro 3 – Relação de artigos internacionais com respectivas hipóteses

(conclusão)

AUTOR E ANO	HIPÓTESES
Uwuigbe e Uwalomwa (2011)	<p>H1: Não há nenhuma relação significativa entre o tamanho das empresas e o nível de divulgações corporativas sociais entre as empresas do setor financeiro listadas na Bolsa de Valores da Nigéria.</p> <p>H2: Não existe relação significativa entre a rentabilidade das empresas e o nível de divulgações corporativas sociais entre empresas do setor financeiro listadas na Bolsa de Valores da Nigéria.</p> <p>H3: Não existe relação significativa entre o tamanho da empresa de auditoria e o nível de divulgações sociais corporativa entre as empresas do setor financeiro listadas na Bolsa de Valores da Nigéria.</p>
Tremblay Boire e Prakash (2011)	<p>H1: Organizações sem fins lucrativos grandes são mais propensas a divulgar informações de responsabilidade em seu site do que organizações sem fins lucrativos menores.</p> <p>H2: Organizações sem fins lucrativos que aparecem com mais frequência nos meios de comunicação são mais propensas a divulgar informações de responsabilidade em seu site do que organizações sem fins lucrativos que aparecem com menos frequência.</p> <p>H3: Organizações sem fins lucrativos com laços estreitos com a sua base de consumidores (isto é, financiadores e doadores são os mesmos indivíduos) são susceptíveis de apresentar níveis mais elevados de qualidade e de divulgação.</p> <p>H4: Organizações sem fins lucrativos que tenham um componente de alta credibilidade (e, portanto, maiores níveis de assimetrias de informação) são susceptíveis de apresentar níveis mais elevados de qualidade e de divulgação.</p> <p>H5: Organizações com maior importância de financiamento do governo, menos provável que a organização sem fins lucrativos divulgue informações de responsabilidade em seu site.</p> <p>H6: Organizações sem fins lucrativos religiosos são menos propensas a divulgar informações sobre a sua prestação de contas como entidades sem fins lucrativos no site que através de outras fontes.</p>

Fonte: Elaborado pela autora

Esta revisão de literatura possibilitou a formulação das hipóteses dos fatores explicativos do nível de evidenciação de informações em páginas eletrônicas para este estudo, os quais também oportunizaram identificar as variáveis que mais ficaram próximas do objetivo do estudo. Sendo assim, teoricamente, pode-se pensar que o total de valores recebidos por doação poderia influenciar os gestores das fundações no sentido de evidenciar mais informações, nas páginas eletrônicas disponibilizadas na Internet, como forma de legitimar-se junto à sociedade. Nos últimos anos, organizações sem fins lucrativos começaram a desenvolver seus próprios mecanismos de regulação (EBRAHIM, 2003; GUGERTY, 2008; LLOYD, 2005). Elas têm feito isso para sinalizar a sua legitimidade para doadores atuais e potenciais. Neste sentido, formula-se a seguinte hipótese:

H1 – Existe relação entre a extensão dos valores recebidos por doações e o nível de evidenciação de informações na página eletrônica da fundação publicada na Internet.

O papel dessas organizações na realização de ações voltadas para o desenvolvimento social e ambiental foi ampliado e a discussão acadêmica sobre os aspectos relacionados às formas de gestão das ONGs têm-se intensificado (CANDLER, 2001). Dada a multiplicidade de partes interessadas e de suas demandas, as organizações, estrategicamente, respondem às demandas dos grupos de interesse e tendem a negligenciar ou ignorar as demandas de outros grupos (ULLMANN, 1985; ROBERTS, 1992; NEU *et al.*, 1998). Neste sentido, neste estudo, testa-se a relação entre o nível de evidenciação de informações voluntárias e o número de atendimentos.

H2 – Existe relação entre o número de atendimentos realizados e o nível de evidenciação de informações na página eletrônica da fundação publicada na Internet.

Doadores percebem a ausência de disseminação voluntária de informações como um anúncio de mau desempenho. Os estudos de Lev e Penman (1990), Lang e Lundholm (1993) e Clarkson, Kao e Richardson (1994) registram que dada a multiplicidade de partes interessadas e suas demandas, as organizações, estrategicamente, respondem às demandas dos grupos de interesse e tendem a negligenciar ou ignorar as demandas de outros grupos (ULLMANN, 1985; ROBERTS, 1992; NEU *et al.*, 1998). Considerando este indicador, significa maior divulgação de informações voluntárias e maior volume de projetos.

H3 – Existe relação positiva entre o volume de projetos e o nível de evidenciação de informação na página eletrônica da fundação publicada na Internet.

Estudos de divulgação (ver COOKE, 1991; LANG; LUNDHOLM, 1993; HOSSAIN *et al.*, 1995; MEEK *et al.*, 1995; RAFFOURNIER, 1995; DEPOERS, 2000) concluíram que o tamanho da empresa é um fator importante na explicação da extensão da divulgação voluntária da organizações. Cox (1985), Lang e Lundholm (1993), Clarkson, Kao e Richardson (1994), em seus estudos, encontraram uma associação positiva entre o tamanho da organização e a quantidade de informação voluntária. Kasznik e Lev (1995) explicaram, em seus

estudos, porque o tamanho pode estar relacionado à divulgação. Eles descobriram que o tamanho da empresa pode ser uma variável significativa de motivos para informações.

H4 – Existe relação positiva entre o valor total de arrecadação e o nível de evidenciação de informação na página eletrônica da fundação publicada na Internet.

Os estudos empíricos de divulgação descobriram que a cobertura da mídia é positivamente correlacionada com a divulgação. Brown e Deegan (1998) argumentam que a mídia forma percepções sobre questões, que, em seguida, moldam a divulgação das estratégias das organizações (O'DONOVAN, 1999). Roberts (2002) enfatiza que a prestação de contas baseada na comunicação reconhece não só a importância de uma relação direta, imediata e participativa entre uma organização e seus constituintes (GUO; MUSSO, 2007), mas também a ideia de que a responsabilidade é um “processo contínuo” ao invés de uma “atividade em estágio final” (ACCOUNTABILITY PROJECT GLOBAL, 2005). Neste sentido, formulamos a seguinte hipótese:

H5 – Existe relação positiva entre comunicação e nível de evidenciação de informação na página eletrônica da fundação publicada na Internet.

Considerando o envolvimento das fundações com a sociedade, este estudo investiga se existe relação entre divulgação de informações nas páginas eletrônicas na Internet com o número de beneficiados por seus programas. Baseados nesta questão, formulamos a seguinte hipótese. Adams *et al.* (1998) levantam a hipótese de que organizações orientadas ao consumidor tendem a enfrentar mais pressão da opinião pública e, assim, divulgar mais informações. Neste sentido, formulamos a seguinte hipótese:

H6 – Existe relação significativa entre o número de beneficiados pela fundação e o nível de divulgação de informações nas páginas eletrônicas publicadas na Internet.

Considerando o envolvimento das fundações com a sociedade, este estudo investiga se existe relação entre divulgação de informações nas páginas eletrônicas na Internet com o número de beneficiados por seus programas. Baseados nesta questão, formulamos a seguinte hipótese.

H7 – Existe relação significativa entre o nível de divulgação de informações nas páginas eletrônicas na Internet e o número de organizações beneficiadas pelas Fundações.

A seguir, apresentam-se as hipóteses testadas neste estudo e a relação esperada.

Quadro 4 – Hipóteses formuladas e relação esperada

HIPÓTESES FORMULADAS E RELAÇÃO ESPERADA		
Ordem	Variáveis das Hipóteses Testadas	Relação Esperada
1	Volume de Doações	+
2	Número de atendimentos	+
3	Volume de Projetos	+
4	Total Arrecadação (o valor estimado inclui doação, venda de produtos, etc)	+
5	Comunicação de informações	+
6	Numero de Beneficiados	+
7	Organizações beneficiadas	+

Fonte: Elaborado pela autora

A evidenciação é um conceito abstrato e sua medição implica na criação de indicadores que representam as informações a serem analisadas. Neste íterim, o próximo capítulo corresponde à revisão de literatura empírica sobre indicadores de evidenciação. No capítulo a seguir, discorre-se sobre a literatura empírica acerca dos indicadores de transparência e os aspectos relacionados à evidenciação de informação em páginas eletrônicas.

2.6 LITERATURA EMPÍRICA SOBRE INDICADORES REPRESENTATIVOS DE INFORMAÇÕES EVIDENCIADAS

Este capítulo se divide em três partes: a primeira parte mostra os estudos encontrados que tratam de divulgações *online* de vários segmentos de forma geral; a segunda apresenta uma revisão dos estudos empíricos sobre transparência e evidenciação, que foram utilizados para elaboração dos indicadores de verificação; e a terceira parte mostra ao final das análises os indicadores que foram mais utilizados nos estudos existentes como forma de

divulgar a transparência. Após este estudo, formulou-se uma lista de indicadores (Anexo F e G) que foi enviada a três avaliadores para aprovação junto com a relação dos artigos e de seus respectivos autores.

Inicialmente, a busca por pesquisas sobre os referidos estudos deu-se através do site de busca Google e, posteriormente, nas bases de dados, nos seguintes periódicos nacionais: Revista de Administração Contemporânea (RAC), RAC Eletrônica, Revista de Administração de Empresas (RAE), RAE Eletrônica, Revista Brasileira de Finanças (RBFin), Revista Contabilidade & Finanças – RC&F e Revista de Administração Mackenzie (RAM), no período de 2003 a 2011. As palavras-chave empregadas foram: indicadores, *Internet*, e *web site*, fundações, transparência e evidenciação de informação *online*. A revisão de literatura nacional possibilitou a identificação de apenas 6 artigos com enfoque nos indicadores, conforme Anexo C. Além da revisão de literatura empírica em nível nacional, foi realizado também, nos periódicos internacionais, com as palavras chaves; *Internet*, e *web site*, *foundation*, *third sector*, *transparency and disclosures online*.

Nos periódicos internacionais, através da página eletrônica Google.com e nas bases de dados *Academic Search Premier* e *Business Source Complete*, ambas disponíveis no *EBSCOhost* - plataforma universal de pesquisas, correspondente ao período de 2002 a 2011, apresentados no Anexo D, o que resultou em dezenove artigos, nos seguintes periódicos: *Academia.edu*, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, *Journal of Global Business and Economics*, *Social Science Research Network*, *International Journal of Auditing*, *The International Journal of Digital Accounting Research*, *International Journal of Accounting Information Systems*, *The Cost and Management*, *November-December*, *Journal of international business research*, *Managerial Auditing Journal*, *La Revista Española del Tercer Sector* e *Journal of Contemporary Accounting & Economics*.

A análise sobre indicadores, em publicações nacionais e internacionais, possibilitou o reconhecimento de diferenças entre os estudos. Conforme o quadro 5, os estudos apresentam duas categorias de informação classificadas como voluntária e obrigatória.

Quadro 5 – Indicadores por artigo com autores

AUTORES	INDICADORES POR ARTIGO	
	Obrigatórias	Voluntárias
Aly, Simon e Hussainey (2010)	8	20
Ashbaugh, Johnstone e Warfield (1999)	2	6
Budisusetyo e Amilia (2008)	4	7
Calixto, Barbosa e Lima (2007)	14	6
Chang, Anna, Watson e Wee (2008)	6	15
Fank, Angonese, Oliveira e Bezerra (2010)	0	6
Froidevaux (2004)	4	10
Galvão, Grueso, Souza e Silva (2010)	7	0
Gonçalves e Quintana (2010)	7	0
Khan, Muzaffar e Mahmood (2006)	1	4
Krishnan e Yetman (2002)	1	6
Larrán e Giner (2002)	0	11
Milani F ^o (2008)	19	18
Pereira (2007)	7	8
Rodriguez, Pérez e Godoy (2009)	7	20
Rodriguez, Pérez e Godoy (2011)	4	18
Ryan, Trevor e Morton (2002)	5	4
Santolaria (2006)	5	10
Shukla e Gekara (2010)	7	4
Silva e Magalhaes F ^o (2007)	2	5
Silveira, Borba e Rover (2010)	4	0
Siqueira e Almeida (2006)	2	0
Soldi, Hatz, Santos e Silva (2007)	8	16

Fonte: Elaborado pela autora

O resultado desta pesquisa possibilitou a elaboração da lista de indicadores de informações. Também se reconhece que os artigos nacionais têm maior número de indicadores analisados do que os estudos internacionais. Após a conclusão, formulou-se uma lista de indicadores representativos de informações a serem analisadas em termos de evidenciação, nas páginas eletrônicas das fundações (Anexo F e G), que foi enviada a três avaliadores para aprovação, junto com a relação dos artigos e de seus respectivos autores, sendo revisada e aprovada para aplicação nas análises.

3 METODOLOGIA

Com vista a responder a problemática proposta, as seções seguintes apresentam a população e a respectiva amostra, fonte e coleta de evidências, modelo de regressão e respectivas variáveis.

As fontes das evidências analisadas são as páginas eletrônicas das fundações disponibilizadas na Internet. O presente estudo caracteriza-se por utilizar evidências qualitativas e quantitativas. Qualitativas porque descrevem a percepção do conteúdo existente ao visitar as páginas das fundações. E quantitativas quando são calculados os valores das variáveis: dependente ou explicativa.

A população da pesquisa foram as fundações cadastradas no Ministério Público do Estado do Rio Grande do Sul, que atuam com objetivos educacionais ou assistenciais. A opção pela informação da base de dados do Ministério Público foi em função de o mesmo ser o órgão oficial fiscalizador do segmento. A coleta de dados ocorreu da seguinte forma: após a escolha do tema a ser estudado, fez-se um contato com o Ministério Público do Rio Grande do Sul com o objetivo de coletar a relação das fundações cadastradas. Na ocasião, o contador da instituição informou que a lista existente estava desatualizada há bastante tempo, mas que, devido à nossa solicitação, faria uma atualização, o que ocorreu em novembro de 2011. Após a atualização, o contador forneceu uma lista atualizada (Apêndice C) das 361 fundações cadastradas no Ministério Público, no Rio Grande do Sul.

O total da população corresponde a 361 fundações cadastradas. Deste universo, foram excluídas 239 por não terem páginas eletrônicas disponibilizadas na Internet. No segundo momento, foram verificadas todas as demais páginas uma a uma. Ainda foram excluídas 59 fundações por não se classificarem como educacionais ou assistenciais, 5 por estarem com as páginas eletrônicas fora do ar, 6 em manutenção e 4 em construção. Portanto, a amostra final é de 48 páginas eletrônicas de fundações sediadas no Rio Grande do Sul, que atuam no segmento educacional ou assistencial. O acesso às páginas ocorreu entre agosto de 2011 e junho de 2012.

Posteriormente, foram analisadas as páginas eletrônicas das fundações, em dois momentos: primeiramente, na elaboração da lista de indicadores e, na

sequência, na análise destes indicadores evidenciados nas páginas eletrônicas das fundações. A construção da lista de indicadores é resultado da revisão de literatura empírica sobre indicadores e de parecer de três especialistas no tema, o que resultou na construção de uma lista composta por 100 indicadores. Destes, 26 indicadores são representativos de informações obrigatórias e 74 de informações voluntárias. Na sequência, desenvolveu-se a análise desses indicadores representativos das informações publicadas nas páginas eletrônicas das fundações, que compõem a amostra, atribuindo o valor 1, quando a informação foi evidenciada e 0 quando não constava. Como neste caso é uma informação qualitativa, foi utilizada a metodologia de análise de conteúdo, que, segundo (Bardin, 2009), é um conjunto de técnicas de análises de dados, visando obter por procedimentos sistemáticos, descrever o conteúdo das páginas. Assim, as evidências qualitativas foram exploradas uma a uma pela análise de conteúdo que gerou evidências quantitativas.

Com a finalização da análise dos indicadores evidenciados ou não pelas fundações, em suas páginas eletrônicas na Internet, foi possível calcular o nível de transparência de cada uma das organizações, segundo categorias representadas pelos índices obrigatório ou voluntário. Explicitando, este cálculo é resultado da soma dos indicadores publicados pela fundação na página eletrônica dividido por 100, que representam o total de indicadores que compõem a lista, resultando um índice representativo do nível de evidenciação, com a seguinte formulação:

$$I_j = \frac{\sum_{i=1}^n x_{ij}}{n_j}$$

Onde o número de indicadores esperados para cada empresa corresponde a n_j , a fundação é representada pelo subíndice j , e a quantidade de indicadores é expressa por i . Quando o indicador X_{ij} é evidenciado, recebe o valor de 1, e 0 se não for.

Foi utilizada nesta pesquisa a técnica de regressão linear múltipla, para testar as variáveis explicativas do nível de evidenciação, utilizando o Software

EViews 5. A estimação do modelo estatístico serviu para verificar se as (7) hipóteses sugeridas estão condizentes com a revisão teórica. Para chegarmos ao resultado, estimou-se um modelo de regressão, a seguir, e, abaixo, apresentam-se as fórmulas das variáveis explicativas, no quadro 6.

Modelo de estimação do nível de evidenciação nas fundações:

$$NTFo = \beta_0 + \beta_1 \text{Atend.} + \beta_2 \text{Arrec.} + \beta_3 \text{benef.} + \beta_4 \text{doa} + \beta_5 \text{Vol_proj} + \beta_6 \text{Comum} + \beta_7 \text{Org_benef} + \text{erro aleatório}$$

Sendo:

NTF = nível de transparência nas fundações da categoria “x”;

i - número de fundações;

Sendo “x” = 1 número de atendimentos. 2 total da arrecadação, número de beneficiados e valor das doações;

β_1 = parâmetros a serem estimados;

Atend. = número de atendimentos;

Arrec. = Total da arrecadação;

Benef. = Total de beneficiados;

Doa = Total de doações;

Vol_proj = Volume de projetos

Comum = Comunicação de informações

Org_benefic = organizações beneficiadas pelos programas

E_i = erro aleatório que capta o efeito das variáveis omitidas sobre a fundação sobre i;

i = número de fundações analisadas.

Na próxima seção, será apresentada a descrição das variáveis usadas no modelo.

3.1 DESCRIÇÃO DAS VARIÁVEIS

Variável dependente é o nível de evidenciação das informações publicadas nas páginas eletrônicas na Internet da fundação. Esta investigação acompanha a tendência de outros estudos (WILLIAMS, 2001; BOZZOLAN; FAVOTTO; RICCERI, 2003, MACAGNAN, 2005), nos quais o nível de evidenciação foi medido por meio de indicadores que representavam

informações, o que possibilitou o cálculo do nível de evidenciação, conforme referenciado.

As variáveis foram coletadas a partir da verificação das páginas eletrônicas de cada uma das fundações da relação da amostra, processada a sua leitura e realizadas anotações de várias informações tidas como relevantes conforme Anexo C.

Quadro 6 – Descrição das hipóteses e variáveis

HIPÓTESES FORMULADAS E RELAÇÃO ESPERADA		
Ordem	Hipóteses	Nome da Variável
H1	Volume de Doações	Vol_doações
H2	Número de atendimentos	Número_de_atendimentos
H3	Volume de Projetos	Volume de Projetos
H4	Total de Arrecadação	Tamanho
H5	Comunicação de informações	Comunicação
H6	Número de Beneficiados	Número_de_beneficiados
H7	Número de organizações beneficiadas	Número de Organizações Beneficiadas

Fonte: Elaborado pela autora

Esta parte do estudo visa descrever as variáveis explicativas; volume de Doações, Número de Atendimentos; Volume de Projetos, Total de arrecadação, Comunicação de informações, Número de Beneficiados e Número de Organizações Beneficiadas.

Descrição das variáveis:

- a) *Variável 1 – Vol_Doações*: esta variável foi retirada do relatório das atividades das fundações para indicar o volume de doações que a organização recebeu;
- b) *Variável 2 – Número_Atendimentos*: esta variável foi retirada do relatório das atividades das fundações para indicar o número de atendimentos a terceiros;
- c) *Variável 3 – Volume_de_Projetos*: esta variável foi retirada do relatório das atividades das fundações para indicar o Volume de Projetos que a fundação irá desenvolver;
- d) *Variável 4 – Total de Arrecadação*: esta variável foi retirada do relatório das atividades das fundações para indicar o Total de Arrecadação, ou seja, pode-se dizer que equivale ao tamanho da fundação;
- e) *Variável 5 – Comunicação_de_Informações*: esta variável foi retirada do relatório das atividades das fundações para indicar comunicação de informações com a mídia;

- f) *Variável 6 – Número_de_Beneficiários*: esta variável foi retirada do relatório das atividades das fundações para indicar o número de beneficiários.
- g) *Variável 7 – Número de Organizações Beneficiadas* – Esta variável foi retirada do relatório das atividades das fundações para indicar o número de organizações beneficiadas com os programas da fundação.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Este capítulo divide-se em 3 partes, a primeira mostra a análise descritiva do nível de evidenciação nas fundações identificadas por meio de análise de conteúdo verificado nas páginas eletrônicas da amostra selecionada, assim como a análise de correlação entre as variáveis explicativas. O segundo item analisa o modelo aplicado de regressão múltipla que foi o mais adequado. O terceiro analisa os resultados obtidos em cada uma das hipóteses testadas e informa o resultado.

4.1 ANÁLISE DESCRITIVA E DE CORRELAÇÃO

Nesta análise descritiva, procedeu-se a verificação quantitativa dos indicadores representativos das informações evidenciadas, conforme tabelas a seguir:

Tabela 1 – Análise das páginas das **48 fundações** em relação aos 26 indicadores obrigatórios

(continua)

NOME DOS INDICADORES OBRIGATÓRIOS	NÚMERO DE INDICADORES P/FUNDAÇÃO	NÍVEL DE EVIDENCIAÇÃO (%)
1 Valor das Doações	18	37,50
2 Valor da origem dos ingressos	15	31,25
3 Ícone de acesso aos relatórios	15	31,25
4 Balanço Social	13	27,08
5 Demonstração de Superávit ou Déficit	13	27,08
6 DOAR Dem. de Origens e Aplicações Recursos	13	27,08
7 Disponibilização das demonstrações aos usuários	12	25,00
8 Descrição das obrigações de longo prazo	11	22,92
9 Demonstração do Resultado do Exercício	11	22,92
10 Relatório da Administração	11	22,92
11 Demonstração de Fluxos de Caixa	11	22,92
12 Notas Explicativas	11	22,92
13 Demonstração do Valor Adicionado	10	20,83
14 Valor das Subvenções	10	20,83
15 Parecer de Auditoria	10	20,83
16 Mutações do Patrimônio Social	9	18,75

Tabela 1 – Análise das páginas das 48 fundações em relação aos 26 indicadores obrigatórios

NOME DOS INDICADORES OBRIGATÓRIOS	NÚMERO DE INDICADORES P/FUNDAÇÃO	(conclusão)
		NÍVEL DE EVIDENCIAÇÃO (%)
17 Segregação receitas e despesas p/atividade	9	18,75
18 DMPL Demon. Mutações Patrimônio Social	9	18,75
19 Demonstração de Isenções Previdenciárias	7	14,58
20 Balanço Patrimonial	5	10,42
21 Inventário de Elementos Patrimoniais	5	10,42
22 Comunicação que as DRE estão à disposição	5	10,42
23 Informação às partes interessadas	5	10,42
24 Inf. s/critérios de apuração das receitas e despesas	3	6,25
25 Publicação na imprensa oficial	2	4,17
26 Remessa - demonstrações aos interessados	2	4,17

Fonte: Elaborado pela autora

Verificou-se que, das 48 Fundações analisadas quanto aos 26 indicadores obrigatórios, o valor das doações foi o indicador com melhor performance, estando presente em 18 Fundações, representando 37,5%; o valor da origem dos ingressos e o ícone de acesso aos relatórios tiveram 15 indicadores revelados, representando 31,25%. Já no item Balanço Social, Superavit e Doar estavam presentes em 13 Fundações, representando 27,08%, DVA, valor das subvenções e parecer da Auditoria com 10 indicadores, representando 20,83% e os demais indicadores ficaram abaixo de 20%, sendo responsável por 20 indicadores.

Tabela 2 – Análise das páginas das 48 fundações em relação aos 74 indicadores voluntários

(continua)

ITENS VOLUNTÁRIOS	NÚMERO DE INDICADORES VOLUNTÁRIOS	NÍVEL EVIDENCIAÇÃO (%)
1 História da entidade	48	100,00
2 Metas e Objetivos	48	100,00
3 Contatos por email	45	93,75
4 Contatos por telefone	44	91,67
5 Informações gerais disponíveis no <i>Website</i>	42	87,50
6 Declaração da missão da organização	42	87,50
7 Tem descrição dos membros da diretoria	39	81,25
8 Relatório de Atividades (ações)	35	72,92
9 Transparência das atividades	34	70,83
10 Tem divulgação dos projetos	32	66,67
11 Tem atualização do Site	32	66,67
12 Divulgação dos nomes dos membros da adm.	31	64,58
13 Tem cursos a oferecer	30	62,50
14 Tem projetos na página	28	58,33
15 É vinculada a outra entidade	22	45,83
16 Tem patrocinadores/financiadores	21	43,75
17 Eventos importantes no ano	21	43,75
18 Tem Estrutura Organizacional	21	43,75
19 Políticas e Projetos de Investimento	20	41,67
20 Prestação de Contas	19	39,58
21 Caixa de Busca	19	39,58
22 Divulga sumários de resultados anteriores	18	37,50
23 Demonstrativo das Receitas	18	37,50
24 Responsabilidade Social	17	35,42
25 Número de beneficiários	17	35,42
26 Informações operacionais e administrativas	17	35,42
27 Demonstrativo das Despesas	17	35,42
28 Resultados e desempenho projetados	16	33,33
29 Mapa do site	16	33,33

30	Destinação de Recursos Captados	16	33,33
31	Tem canal de sugestões	13	27,08
32	Divulgação Financeira	13	27,08

Tabela 2 – Análise das páginas das 48 fundações em relação aos 74 indicadores voluntários

(continuação)

ITENS VOLUNTÁRIOS		NÚMERO DE INDICADORES VOLUNTÁRIOS	NÍVEL EVIDENCIAÇÃO (%)
33	Existência de Organograma	12	25,00
34	Relatório de Sustentabilidade	10	20,83
35	Atualização anual (relatórios)	10	20,83
36	Tem Notícias financeiras	9	18,75
37	Tem depto. de recursos humanos	9	18,75
38	Sumário dos Resultados Históricos	9	18,75
39	Número de Funcionários remunerados	9	18,75
40	Aceita sugestão de novos projetos	9	16,67
41	Principais financiadores das receitas	8	16,67
42	Políticas de Investimento	8	16,67
43	Informações em outro idioma	8	16,67
44	Grau de cumprimento dos objetivos através das atividades realizadas	8	16,67
45	Relatório de Impacto no meio ambiente	7	14,58
46	Carta do presidente	7	14,58
47	Acesso às Instalações Físicas	7	14,58
48	Número de voluntários e horas dedicadas	6	12,50
49	Investimentos em RH	6	12,50
50	Assinatura do auditor	6	12,50
51	Tem subsídios do governo	5	10,42
52	Ofecere visualização do código de ética	5	10,42
53	Número de doadores	5	10,42
54	Divulga critério de seleção de projetos	5	10,42
55	Assinatura do presidente	5	10,42
56	Têm analistas no <i>site</i>	4	8,33
57	É divulgada a seleção de fornecedores	4	8,33
58	Divulgada a aprovação de despesas	4	8,33

59	Temas que tratam das reuniões anuais	3	6,25
60	Satisfação dos usuários dos serviços	3	6,25
61	Oferece a possibilidade de fazer doação <i>online</i>	3	6,25
62	Existe algum questionário <i>online</i>	3	6,25
63	Declaração de renda	3	6,25
64	Custo da atividade de captação de recursos	3	6,25

Tabela 2 – Análise das páginas das 48 fundações em relação aos 74 indicadores voluntários

(conclusão)		
ITENS VOLUNTÁRIOS	NÚMERO DE INDICADORES VOLUNTÁRIOS	NÍVEL EVIDENCIAÇÃO (%)
65	Atualização trimestral (relatórios)	6,25
66	Seleção de membros da organização	4,17
67	Satisfação dos funcionários	4,17
68	Há registro <i>online</i> p/novos doadores	4,17
69	Existe link de satisfação dos usuários	4,17
70	Atualização semestral (relatórios)	4,17
71	Atualização mensal (relatórios)	4,17
72	Número de Reuniões anuais dos órgãos	2,08
73	Fatores críticos de sucesso (plano de ação)	2,08
74	Evidenciação recursos c/finalidade exclusiva	0,00

Fonte: Elaborado pela autora

Com base nos dados da tabela 2, verificou-se que, das 48 Fundações analisadas quanto aos 76 indicadores voluntários, história da entidade e metas e objetivos foram os indicadores presentes em todas as fundações, com 100%; contatos por email e contatos por telefone: contatos por email em 45 fundações, com 93,75%, contatos por telefone em 44 fundações, com 91,67%; informações na *website* e declaração de missão em 42 fundações, com 87,50%; relatório das atividades obteve 81,25%, constando em 39 fundações; o relatório de atividades obteve 72,92%, com 35 indicadores; o indicador transparência nas atividades obteve o escore de 34 fundações, com 70,83%; os indicadores divulgação de projetos e atualização do site pontuaram 32 indicadores, com 66,67%; o indicador divulgação dos membros com escore de 31 e 64,58%; o indicador tem cursos a oferecer com escore 62,50% e estava em 30 fundações; o indicador tem projetos na página com 28 indicadores, com 58,33%, sendo que os demais indicadores pontuaram abaixo de 50%.

Na etapa seguinte, procedeu-se a continuidade da leitura das páginas quanto aos indicadores obrigatórios e voluntários por Fundação em relação à quantidade de indicadores, demonstrados na Tabela 3.

Tabela 3 – Descrição das Fundações analisadas quanto aos itens obrigatórios nas páginas eletrônicas

FUNDAÇÕES ANALISADAS QUANTO AOS ITENS OBRIGATÓRIOS NA WEB	Nº INDICADORES EVIDENCIADOS	NÍVEL DE EVIDENCIAÇÃO DOS INDICADORES POR FUNDAÇÃO (%)
1. Fundação Assefaz	22	84,62
2. UPF-Univ.Passo Fundo	22	84,62
3. Fundação Fatec	20	76,92
4. Fundação Unimed	20	76,92
5. Fundação Pensamento Digital	19	73,08
6. Fundação Projeto Pescar	19	73,08
7. Fundação Bradesco	18	69,23
8. Fundação MS Sobrinho	17	65,38
9. Fundação Faurg	16	61,54
10. Fundação Fidene	15	57,69
11. Fundação Fapergs	15	57,69
12. Fundação Semear	14	53,85
13. Fundação Univates	14	53,85
14. Fundação Pão dos Pobres	14	53,85
15. Fundação Abramo Eberle	13	50,00
16. Fundação Munic. Artes de Montenegro	9	34,62
17. Fundação Santa Casa	9	34,62
18. Fund. Hospital de Ensino Rio Grande	6	23,08
19. Fundação Fijo	1	3,85
20. Fundação Sol	1	3,85
21. Fundação Unicruz	1	3,85
Seleção de 26 indicadores		

Fonte: Elaborado pela autora

Da amostra selecionada, de 48 Fundações, verificou-se que somente 21 Fundações continham, em seus sites, informações dos 26 indicadores obrigatórios, com o seguinte resultado: Uma das fundações (Assefaz) teve em

suas páginas eletrônicas 22 indicadores dos 26 listados, representando 84,62%; Tres fundações (Universidade de Passo Fundo, Fundação Fatec e Fundação Unimed) com 20 indicadores, representando 76,92 e outras duas (Fundação Pensamento Digital e Projeto Pescar) com 19 indicadores, representando 73,08%. As seguintes fundações foram: Fundação Bradesco, com 18 indicadores e 69,23%; Fundação MSSobrinho com 17 indicadores e 65,38%; Faurg com 16 indicadores e 61,54%; Fundação Fidene e Fapergs com 15 indicadores e 57,69%; com 14 indicadores e 53,85%, as Fundações Semear, Univates e Pão dos Pobres; as demais pontuaram 13 indicadores, sendo elas: Fundação Abramo Eberle, Artes de Montenegro e Fundação Sta. Casa com 9 indicadores; Fundação Hosp. Ensino de Rio Grande com 6 indicadores e Fundação Fijo, Sol e Unicruz com 1 indicador e 3,85%.

Tabela 4 – Fundações analisadas quanto aos itens voluntários nas páginas eletrônicas
(continua)

NOME DA FUNDAÇÃO	Nº ITENS EVIDENCIADOS DOS 74 LISTADOS	NÍVEL DE EVIDENCIAÇÃO (%)
1. Fundação Universidade Passo Fundo	52	70,27
2. Fundação Assefaz	45	60,81
3. Fundação Univates	42	56,76
4. Fundação Fidene	41	55,41
5. Fundação Mauricio S Sobrinho	39	52,70
6. Fundação Santa Casa	38	51,35
7. Fundação Bradesco	38	51,35
8. Fundação Furg	37	50,00
9. Fundação Pensamento Digital	33	44,59
10. Fundação Projeto Pescar	33	44,59
11. Fundação Semear	33	44,59
12. Fundação Fijo	31	41,89
13. Fundação Sol	29	39,19
14. Fundação Unicruz	29	39,19
15. Fundação Fatec	29	39,19
16. Fundação Hospital de Ensino Rio Grande	25	33,78
17. Fundação Universidade Caxias do Sul	25	33,78
18. Fundação Fundatec	25	33,78
19. Fundação de Cardiologia	24	32,43

20. Fundação Fadem	23	31,08
21. Fundação Fundae	20	27,03
22. Fundação Arteccla	20	27,03
23. Fundação Unimed	20	27,03
24. Fundação Valiati	20	27,03
25. Fundação Atila Taborda	18	24,32
26. Fundação Fapergs	17	22,97

Tabela 4 – Fundações analisadas quanto aos itens voluntários nas páginas eletrônicas
(conclusão)

NOME DA FUNDAÇÃO	Nº ITENS EVIDENCIADOS DOS 74 LISTADOS	NÍVEL DE EVIDENCIAÇÃO (%)
27. Fundação Fesdep	16	21,62
28. Fundação Educac. João XXIII	16	21,62
29. Fundação Sogipa	15	20,27
30. Fundasul	15	20,27
31. Fundação Zeri	15	20,27
31. Fund. Univ. Federal Rio Grande	15	20,27
32. Fundação Famergs	14	18,92
33. Fundação Servidores Sesi	14	18,92
34. Fundação Faesp	14	18,92
35. Fundação Angelo Bozzetto	14	18,92
36. Fundação Pão dos Pobres	12	16,22
37. Fundação Fesdt	12	16,22
38. Fundação Sinodal	12	16,22
39. Fundação Mário Martins	12	16,22
40. Fundação Fé e Alegria	11	14,86
41. Fundação Simão Bolivar	11	14,86
42. Fundação Casa das Artes	10	13,51
43. Fundação Abramo Eberle	8	10,81
44. Fundação Gazeta	8	10,81
45. Fundação Marcopolo	8	10,81
46. Fundação Feeng	8	10,81
47. Fundação Fucapis	7	9,46
48. Fundação Funcefet	4	5,41
Seleção de 48 fundações		74

Fonte: Elaborado pela autora

Conforme se pode observar na tabela 4, todas as 48 Fundações analisadas evidenciaram algum dos 74 indicadores representativos de informações voluntárias. A fundação Universidade de Passo Fundo foi a que mais evidenciou, representando 70,27%, configurando-se na organização com maior transparência. Na sequência, a Fundação Assefaz com 60,81%, a Fundação Univates com 56,76%, a Fundação Fidene com 55,41%, a Fundação MSSobrinho com 52,70% de nível de evidenciação dos indicadores voluntários. A Fundação Santa Casa e Fundação Bradesco com 51,35%, a Fundação Furg com 50%, a Fundação Pensamento Digital, Projeto Pescar e Projeto Semear apresentam 44,59% de nível de evidenciação de informação voluntária. As demais fundações obtiveram um nível de evidenciação das informações voluntárias abaixo de 50%. O que significa dizer que apresentam baixo nível de transparência.

ANÁLISES DE CORRELAÇÃO

A análise de correlação entre as variáveis explicativas, valor das doações, total de arrecadação e pessoas mobilizadas, que explicam a variável y, que explica o nível de evidenciação se encontra na tabela 5.

Tabela 5 – Matriz de correlação das variáveis explicativas

	ITI	1	2	3	4	5	6
		DOAÇÕES	NUMERO ATENDIMENTOS	TOTAL DE PROJETOS	TOTAL DE ARRECADAÇÃO	BENEFICIADOS PROGRAMAS	ORGANIZAÇÕES BENEFICIADAS
ITI	1.000000						
DOACOES	0.501224	1.000000					
NUMERO_ATENDIMENTOS	0.169549	0.008564	1.000000				
TOTAL_PROJETOS	0.238445	0.064014	0.110294	1.000000			
TOTAL_ARRECADACAO	0.463079	0.059630	0.065024	0.669284	1.000000		
BENEFICIADOS_PROGRAMAS	0.403051	0.017761	0.056373	0.311165	0.851857	1.000000	
ORGANIZ.BENEFICIADAS	0.451806	0.209983	-0.031995	-0.051422	-0.018932	-0.061434	1.000000

Fonte: Elaborado pela autora

Observa-se que as variáveis Beneficiários dos Programas e Número de Projetos Apoiados estão significativamente correlacionadas com o total de arrecadação. A variável Pessoas Mobilizadas está correlacionada com a variável

Número de Acessos. A variável Total de projetos está altamente correlacionada com o número de projetos apoiados. Todas estas correlações citadas são elevadas, por esta razão foram retiradas da regressão as variáveis: Pessoas_mobilizadas, Total de projetos, Beneficiados dos programas, Número de atendimentos e Número de acessos.

Após a análise das correlações entre as variáveis, o próximo passo foi a realização dos testes para definir o efeito mais adequado para cada modelo de regressão linear múltipla.

4.2 ANÁLISES DA REGRESSÃO

As regressões possibilitaram verificar se há relação entre fatores que explicam o nível de evidenciação de informações nas páginas eletrônicas das fundações da amostra. No modelo 1, apresenta-se o resultado, considerando o total das variáveis propostas pelo modelo criado a partir das hipóteses formuladas.

Tabela 6 – Modelo 1 - Dependent Variable: ITI

Included observations: 44 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DOACOES	1.98E-05	3.43E-06	5.757338	0.0000
TOTAL_ARRECADACAO	1.59E-07	5.84E-08	2.724494	0.0101
PESSOAS_MOBILIZADAS	0.000549	0.002961	0.185249	0.8541
TOTAL_PROJETOS	1.98E-07	1.97E-07	1.005663	0.3217
BENEFICIADOS_PROGR_	7.80E-06	7.11E-06	1.096960	0.2804
N_ATENDIMENTOS	3.94E-05	3.10E-05	1.273420	0.2115
NUMERO_ACESSOS	-6.56E-05	6.61E-05	-0.992286	0.3281
N_PROJETOS_APOIADOS	-0.077758	0.032431	-2.397656	0.0221
INSTITUICOES_APOIADAS	0.119516	0.027167	4.399323	0.0001
C	17.02346	1.693095	10.05464	0.0000
R-squared	0.793175	Mean dependent var	26.81818	
Adjusted R-squared	0.738428	S.D. dependent var	18.14319	
S.E. of regression	9.279178	Akaike info criterion	7.490139	
Sum squared resid	2927.507	Schwarz criterion	7.895637	

Log likelihood	-154.7831	F-statistic	14.48784
Durbin-Watson stat	1.154254	Prob (F-statistic)	0.000000

Fonte: Elaborado pela autora

O modelo 1 foi rodado com todas as variáveis, simultaneamente a matriz de correlação, e apresentou a variável total de arrecadação com problemas de significância, confirmando que deveria ser retirada do modelo. Dada a análise de correlação entre as variáveis apresentadas no item anterior e excluídas as variáveis com alta correlação foi rodado o modelo apresentado a seguir, que apresentou o melhor resultado.

Para que fosse possível rodar o modelo, foram consideradas as seguintes variáveis: doações, total de arrecadação, pessoas mobilizadas, total de projetos, beneficiados dos programas, número de atendimentos, número de acessos, número de projetos apoiados e instituições apoiadas.

Tabela 7 – Modelo 2 - Dependent Variable: ITI

Included observations: 44 after adjustments				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
DOACOES	9.92E-06	2.20E-06	4.513536	0.0001
BENEFICIADOS_PROGR_	5.76E-06	2.58E-06	2.228658	0.0315
ORGANIZAÇÕES_BENEFICIADAS	0.055518	0.022769	2.438351	0.0193
C	19.70340	3.773691	5.221255	0.0000
AR(1)	0.641926	0.104063	6.168641	0.0000
R-squared	0.770658	Mean dependent var	26.31111	
Adjusted R-squared	0.747724	S.D. dependent var	16.93278	
S.E. of regression	8.504850	Akaike info criterion	7.223589	
Sum squared resid	2893.299	Schwarz criterion	7.424330	
Log likelihood	-157.5308	F-statistic	33.60298	
Durbin-Watson stat	2.344690	Prob (F-statistic)	0.000000	

Fonte: Elaborado pela autora

O modelo apresenta-se como significativo, com F de 33,60% e o R2 ajustado de 74,77%. O resultado da regressão apresenta as variáveis Doações, Beneficiados dos Programas e Instituições Apoiadas com resultados

estatisticamente significativos. Na análise das variáveis explicativas, verificou-se que as variáveis Doações têm significância a 1%, Beneficiados dos Programas e Instituições Apoiadas com grau de significância a 5%, o que se pode aferir como resultado satisfatório que explica o nível de evidenciação das fundações nas páginas eletrônicas na internet.

Muito embora a variável Beneficiários do Programa tenha um grau de correlação alto na matriz, verificou-se que a correlação era com a variável Total de Arrecadação que foi retirada do modelo, sendo então o modelo final significativo com as variáveis: Doações, Beneficiários dos Programas e Organizações Beneficiadas. Além disso, as variações dos X explicam em quase 80% ($0,770658 \times 100 = 77,06\%$) a variação de Y. Podemos aferir que o nível de evidenciação de informações, nas páginas eletrônicas das fundações na internet, pode ser explicado pelas variáveis: Doações, Beneficiários dos Programas e Organizações Beneficiadas.

A seguir, comentam-se uma a uma as hipóteses deste estudo.

H1 – Existe relação entre a extensão dos valores recebidos por doações e o nível de evidenciação de informações na página eletrônica da fundação publicada na Internet.

A hipótese volume de doações não foi rejeitada como explicativa do nível de evidenciação de informações, nas páginas eletrônicas das fundações, com nível de significância de 1% e relação positiva. Significa dizer que quanto maior o total de doações, maior seria o nível de evidenciação. Teoricamente, pode-se inferir que os gestores das fundações evidenciam mais informações nas páginas eletrônicas das Fundações na internet, como forma de reduzir a assimetria de informação e legitimar-se junto à sociedade.

H2 – Existe relação entre o número de atendimentos realizados e o nível de evidenciação de informações na página eletrônica da fundação publicada na Internet.

A hipótese 2 - número de atendimento das fundações foi rejeitada no modelo 6, indicando índice de probabilidade muito alto.

Esta hipótese foi rejeitada. A hipótese número de atendimentos não se confirmou como um dos fatores explicativos da evidenciação de informações nas páginas eletrônicas das fundações. Dos trabalhos revisados, Detzel e Desatnick (1995) concluíram que o atendimento ao cliente é um ponto de partida para o

sucesso da organização. Valorizar o atendimento é uma forma de fixar-se na sociedade. Agora, as evidências analisadas nesta pesquisa contrariam os resultados desses autores. Portanto, não se pode afirmar que o número de atendimentos pode motivar os gestores a legitimar-se, reduzindo a assimetria de informação, junto à sociedade.

H3 – O nível de evidenciação de informação está positivamente relacionado com o volume de projetos.

A hipótese 3 total de projetos, foi rejeitada no modelo, pois apresenta probabilidade alta e nível de significância fora dos padrões, além de ter relação negativa com o nível de evidenciação, nas páginas eletrônicas na internet.

Doadores percebem a ausência de disseminação voluntária de informações como um anúncio de mau desempenho. Considerando este indicador, significa maior divulgação de informações voluntárias e maior volume de projetos (Lev e Penman, 1990; Lang & Lundholm, 1993; Clarkson, Kao e Richardson, 1994).

H4 – O nível de evidenciação de informação está positivamente relacionado com o valor total de arrecadação.

A hipótese 4 - Esta hipótese foi rejeitada. Nenhum modelo revelou ser a hipótese total de arrecadação um dos fatores que explicassem a evidenciação de informações nas fundações. O total de arrecadação equivale-se ao tamanho da fundação e a relação esperada é positiva. Cox (1985); Lang & Lundholm (1993); Clarkson, Kao e Richardson (1994), em seus estudos, encontraram uma associação positiva entre o tamanho da organização e a quantidade de informação voluntária. Kasznik e Lev (1995) explicaram, em seus estudos, porque o tamanho pode estar relacionado à divulgação. Agora, as evidências analisadas nesta pesquisa contrariam os resultados desses autores. Portanto, não se pode afirmar que o Total de Arrecadação pode motivar os gestores a legitimar-se, reduzindo a assimetria de informação, junto à sociedade. Isto significa dizer que o total de arrecadação não influenciou a evidenciação de informações nas páginas eletrônicas na Internet.

H5 – O nível de evidenciação de informação está positivamente relacionado com a comunicação – estar na mídia

Os estudos empíricos de divulgação descobriram que a cobertura da mídia é positivamente correlacionada com a divulgação. Brown e Deegan (1998)

argumentam que a mídia forma percepções sobre questões, que, em seguida, moldam a divulgação das estratégias das organizações (O'DONOVAN, 1999). Roberts (2002) enfatiza que a prestação de contas, baseada na comunicação, reconhece não só a importância de uma relação direta, imediata e participativa entre uma organização e seus constituintes (Guo & Musso, 2007), mas também a ideia de que a responsabilidade é um "processo contínuo" ao invés de uma "atividade em estágio final" (Accountability Project Global, 2005). Neste sentido, a hipótese 5 nem sequer foi incluída no modelo, pois não havia observações suficientes para integrar as análises.

H6 – Existe relação significativa entre o nível de divulgação de informações nas páginas eletrônicas na internet e o número de pessoas beneficiadas pelas fundações.

Considerando o envolvimento das fundações com a sociedade, este estudo investiga se existe relação entre divulgação de informações, nas páginas eletrônicas na Internet, com o número de beneficiados por seus programas. Baseados nesta questão, tomamos a seguinte hipótese. Adams *et al.* (1998) levanta a hipótese de que as organizações orientadas ao consumidor tendem a enfrentar mais pressão da opinião pública e, assim, divulgar mais informações.

H7 – Existe relação significativa entre o nível de divulgação de informações nas páginas eletrônicas na Internet e o número de organizações beneficiadas pelas Fundações.

Esta hipótese não foi rejeitada. Considerando a importância e o envolvimento das fundações com a sociedade e também com outras organizações, Saxton & Benson (2005), em seus estudos, afirmam que há evidências de que existe relação positiva entre organizações sem fins lucrativos. Teoricamente, pode-se inferir que os gestores das fundações evidenciam mais informações sobre as relações com outras organizações, nas páginas eletrônicas das Fundações na internet, como forma de reduzir a assimetria de informação e legitimar-se junto à sociedade.

Este resultado fornece evidências para sustentar que doações, pessoas mobilizadas e organizações beneficiadas têm relações positivas com o nível de evidenciação nas páginas eletrônicas das fundações objeto desta pesquisa, Inferindo dizer que quanto maior for o nível de doações, organizações beneficiadas e pessoas mobilizadas, maior será o nível de evidenciação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do estudo foi investigar os fatores explicativos do nível de evidenciação, nas páginas eletrônicas na Internet, das Fundações sediadas no RS. Foram analisadas as páginas eletrônicas de 361 fundações num primeiro momento e, ao final, a amostra ficou reduzida a 48 fundações cujos objetivos são a educação e a assistência social. A busca da evidenciação de informações poderia ajudar na captação de recursos, pois quanto maior a evidenciação, maior credibilidade e confiança são transmitidas aos seus doadores.

Com base nesse estudo, pode-se dizer que os 10 indicadores mais divulgados são: doações, total de arrecadação, pessoas mobilizadas, total de projetos, beneficiados dos programas, número de atendimentos, número de acessos, número de projetos apoiados, instituições apoiadas, isenções previdenciárias, gratuidades e número de formandos.

Da lista de 100 indicadores de informação evidenciada, pode-se dizer que as 10 fundações mais transparentes, quando analisadas pelos 26 indicadores obrigatórios, foram: Fundação Assefaz, Fundação Universidade de Passo Fundo, Fundação Fatec e Fundação Unimed, Fundação Pensamento Digital, Fundação Projeto Pescar, Fundação Bradesco, Fundação Universidade de Rio Grande (Furg), Fundação Fidene e Fundação Fapergs. Se analisarmos quanto aos indicadores voluntários, o quadro é similar. Da lista dos 76 voluntários, as 10 mais transparentes são: Fundação Universidade de Passo Fundo, Fundação Assefaz, Fundação Univates, Fundação Fidene, Fundação Mauricio Sobrinho, Fundação Santa Casa, Fundação Bradesco, Fundação Furg e Fundação Pensamento Digital, Projeto Pescar e Semear, o que nos permite aferir que as fundações analisadas têm nível de transparência em seus sites.

Pode-se inferir que os fatores que influenciam o nível de transparência são as doações, as organizações beneficiadas e o número de pessoas envolvidas nos projetos, pois apresentam grau de significância de 1%, o que significa concluir que, considerando a variação de 1% na doações, organizações beneficiadas e número de pessoas envolvidas, pode-se gerar um aumento significativo no nível de transparência das fundações. Além disso, os demais indicadores não obtiveram um percentual acima de 20%, o que significa dizer que as fundações não estariam evidenciando todos os indicadores

representativos de informações obrigatórias e que muitas delas estariam divulgando informações dos indicadores voluntários, mostrando problemas de transparência.

As limitações do estudo são de certa forma uma frustração, porque, da relação inicial de 361 fundações cadastradas no Ministério Público, efetivamente, somente 48 publicam em suas páginas informações à sociedade, o que causou certa surpresa. Além das limitações da falta de informação, vale dizer que o acesso foi difícil, assim, há de se enaltecer os muitos empecilhos encontrados para aceder às informações das fundações, principalmente, as de caráter econômico e financeiro, bem como as muitas restrições no fornecimento dos dados, por parte dos gestores. Essa falta de divulgação de informações pode ser interpretada como um descaso das fundações com seus doadores e com a sociedade em geral, pois contraria o princípio da transparência.

Como sugestão para estudos futuros, recomenda-se que seja realizada uma investigação comparativa que considere a ampliação da amostra para outras entidades, pois o material é rico de informações, que poderiam ser analisadas para aprimorar o entendimento dos mecanismos que definem quais e como são divulgadas as informações das fundações. Não poderíamos deixar de informar que o nível de evidenciação não afeta a arrecadação das fundações, sendo o inverso verdadeiro, como se pode comprovar, já que uma das fundações que mais arrecada é uma das que mais evidencia. Por fim, percebe-se, neste estudo, que as fundações educacionais apresentam um nível de divulgação de informações superior ao das fundações assistenciais, e que o objetivo de pesquisa foi alcançado, por meio da mensuração do nível de evidenciação de informações, nas páginas eletrônicas, da amostra final das Fundações do Estado do Rio Grande do Sul, que têm efetivamente página na internet.

REFERÊNCIAS

- ADAMS, C. A.; HILL, W.; ROBERTS, C. B. Corporate social reporting practices in Western Europe: legitimating corporate behavior. **British Accounting Review**, v. 30, p. 1-21, 1998.
- ADULIS, D. Como planejar a avaliação de um projeto social? **Revista do Terceiro Setor**, São Paulo: Rede de Informações sobre o Terceiro Setor (RITS), jun. 2002.
- AHMED, K.; COURTIS, J. K. Association between corporate characteristics and disclosure levels in annual reports: a meta-analysis. **British Accounting Review**, n. 31, p. 35-61, 1999.
- _____. Disclosure policy choice and corporate characteristics: a study of Bangladesh. **Asia-Pacific Journal of Accounting**, v. 3, n. 1, p. 183-203, 1996.
- ALCÂNTARA, Ieda; ALVAREZ, Rodrigo. **A técnica a serviço da aproximação com os doadores**: marketing de relacionamento nos Doutores da Alegria. Disponível em: <<http://integracao.fgvsp.br/ano5/16/financiadores.htm>>. Acesso em: 05 abr. 2006.
- ALDRICH, H. E.; FIOL, C. M. Fools rush in: the institutional context of industry creation. **Academy of Management Review**, v. 19, n. 4, p. 645-670, 1994.
- ALLAM, A.; LYMER, A. Developments in web financial reporting: review and analysis across five developed countries. **International Journal of Digital Accounting Research**, v. 3, n. 6, 2003.
- AMERICAN ACCOUNTING ASSOCIATION. **A statement of basic accounting theory**. ASOBAT, 1966.
- AMERICAN INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS – AICPA. Disponível em: <<http://www.aicpa.org>>. Acesso em: 15 de maio de 2012.
- AQUINO, Wagner de; SANTANA, Antonio Carlos de. Evidenciação. **Revista Contabilidade e Finanças**, São Paulo, n. 5, jun. 1992.
- ARAÚJO, Osório Cavalcante. **Contabilidade para Organizações do Terceiro Setor**. São Paulo: Atlas, 2005.
- ASSIS, Marcio Sanches de; MELLO, Gilmar Ribeiro de; SLOMSKI, Valmor. Transparência nas entidades do Terceiro Setor: a Demonstração do Resultado Econômico como instrumento de mensuração de desempenho. In: **6º CONGRESSO USP CONTROLADORIA E CONTABILIDADE**, São Paulo, 2006.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS - ABONG. **Um novo marco legal para as ONGs no Brasil fortalecendo a cidadania e a participação democrática.** Disponível em: <<http://www.abong.org.br>>. Acesso em: 15 mar. 2011.

AVELINO, Bruna Camargos; COLAUTO, Romualdo Douglas. Métricas de avaliação de capital intelectual desenvolvido: aplicação empírica em entidades do terceiro setor. In: XV CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 2008. **Anais...** Curitiba, 12-14 nov., 2008.

BARAC, K. Relato financeiro na internet em África do Sul. **Meditari Investigação contabilidade**, v. 12, n. 1, p. 1-20, 2004.

BASTOS, L. R. et al. **Manual para a elaboração de projetos e relatórios de pesquisa, teses, dissertações e monografias.** Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1995.

BERMAN, Evan M. **Performance and productivity in public and nonprofit organizations.** New York: M. E. Sharpe, 2006.

BEUREN, I. M.; SÖTHE, A. A teoria da legitimidade e o custo político nas evidências contábeis dos governos estaduais da região sudeste do Brasil. In: XII CONGRESSO DE CONTABILIDADE E AUDITORIA, 2008. **Anais...** Aveiro: Portugal: ISCA, 2008. CD- ROM.

BISQUERRA, R.; SARRIERA, J. C.; MARTÍNEZ, F. **Introdução à estatística: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS.** Tradução de Fátima Murad. Porto Alegre: Artmed, 2004.

BOARD, John *et al.* **Transparency and fragmentation: financial market regulation in a dynamic environment.** Palgrave Macmillan, 2002.

BOAVENTURA, Edivaldo M. **Metodologia da pesquisa: monografia, dissertação e tese.** São Paulo: Atlas, 2004.

BOIRE, J. T.; PRAKASH, A. Accountability 2.0: website disclosure of accountability information by nonprofits. Paper prepared for presentation at the **11TH ANNUAL PUBLIC MANAGEMENT RESEARCH CONFERENCE**, Syracuse, June, 2-4, 2011.

BOLLEN, L. et al. Measuring and explaining the quality of Internet investor relations activities: a multinational empirical analysis. **International Journal of Accounting Information Systems**, v. 7, n. 4, p. 273-298, 2006.

BONGA, Juliette; JEGERS, Marc. Graphical disclosures by charities: clarification or distortion? The case of the Netherlands. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing**, v. 14, is. 3, 4 Feb. 2009.

BORBA, Alonso José; PEREIRA, Rogéria; VIEIRA, Eleonora Milano Falcão. Terceiro setor: aspectos relacionados à elaboração das Demonstrações Contábeis das Fundações Privadas Mantenedoras de Universidades do Estado de Santa Catarina. **ABC Custos Associação Brasileira de Custos**, v. 2, n. 2, maio/ago. 2007.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**, 5 de out. 1988.

BRINKERHOFF, Derick W. **Organizational legitimacy, capacity and capacity development**. June, 2005.

BROWN, Noel; DEEGAN, Craig. The public disclosure of environmental performance information: a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. **Accounting and Business Research**, v. 29, n. 1, p. 21-41, 1998.

BUENO, Wilson da Costa. **Comunicação empresarial: teoria e pesquisa**. São Paulo: Manole, 2003.

BUSHMAN, Robert M. *et al.* What determines corporate transparency?. **Journal of Accounting Research**, v. 42, n. 2, May 2004.

CAMARGO, Mariângela F. *et al.* **Gestão do terceiro setor no Brasil: estratégias de captação de recursos para organizações sem fins lucrativos**. São Paulo: Futura, 2001.

CAMPBELL, John Y. Household finance. **The Journal of Finance**, v. LXI, n. 4, 2006.

CEFEIS - CENTRO DE ESTADUAL DE FUNDAÇÕES E ENTIDADES DE INTERESSE SOCIAL. 2006. Disponível em: <<http://www.fundata.org.br/CEFEIS.htm>>. Acesso em: 13 mar. 2011.

CHATTERJEE, B.; HAWKES, L. Does internet reporting improve the accessibility of financial information in a global world? A comparative study of New Zealand and Indian companies. **Australasian Accounting Business and Finance Journal**, v. 2, n. 4, p. 33-56, 2008.

CHENG, A.; LOURENÇO, S.; COY, D. Medição da qualidade de empresas sites financeiros: um estudo na Nova Zelândia. Trabalho apresentado na reunião da **CONFERÊNCIA DA ÁSIA-PACÍFICO 12 DE ASSUNTOS INTERNACIONAIS DE CONTABILIDADE**, Beijing, China, 2000.

CICONELLO, Alexandre. **O que é uma ONG?** Associação Brasileira de Organizações Não Governamentais. Disponível em: <<http://www.abong.org.br/>>. Acesso em: 10 jan. 2011.

CLARKSON, P., KAO, J.; RICHARDSON, G. The voluntary inclusion of forecasts in the MD&A section of annual reports. **Contemporary Accounting Research**, v. 11, p. 423-50, 1994.

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

CONNORS, Tracy D. **The nonprofit handbook**: management. 3. ed. John Wiley & Sons, 2002.

CONSEG. Disponível em: <www.conseg.org.br>. Acesso em: 10 fev. 2012.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE - CFC. **NBC T 10** - Aspectos contábeis específicos em entidades diversas. NBC T - 10.19 - Entidades sem finalidade de lucros. Aprovada pela Resolução CFC n. 877, de 18 de abril de 2000.

_____. **NBC T 10** - Aspectos contábeis específicos em entidades diversas. NBC T - 10.4 - Fundações. Aprovada pela Resolução CFC n. 837, de 22 de fevereiro de 1999.

_____. **NBC T 3** - Conceito, Conteúdo, Estrutura e Nomenclatura das Demonstrações Contábeis. Aprovada pela Resolução CFC n. 686, de 114 de dezembro de 1990.

CORE, J. E. A review of the empirical disclosure literature: discussion. **Journal of Accounting and Economics**, v. 31, n. 3, p. 441-456, 2006.

CORMIER, D., MAGNAN, M. Corporate environmental disclosure strategies: determinants, costs and benefits. **Journal of Accounting, Auditing and Finance**, v. 14, n. 3, p. 429-451, 1999.

DANTAS J. A.; ZENDERSKY H. C.; NIYAMA J. K. A dualidade entre os benefícios do *disclosure* e a relutância das organizações em aumentar o grau de evidenciação. In: XXX ENANPAD, **Anais...**, Curitiba, 2004.

DEEGAN, C. The legitimizing effect of social and environmental disclosure: a theoretical foundation. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 15, n. 3, p. 282-311, 2002.

DEEPHOUSE, David L. **Legitimacy in Organizacional Institucionalismo**, 2008.

DEEPHOUSE, David. L.; CARTER, S. M. An examination of differences between organizational legitimacy and organizational reputation. **Journal of Management Studies**, n. 42, p. 329-360, 2005.

DIAS FILHO, José Maria. Políticas de evidenciação contábil: um estudo do poder preditivo e explicativo da teoria da legitimidade. In: **EnANPAD**, n. 31. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2007.

DIEHL, Christine *et al.* Do charity communicators need a trade body?. **Third Sector**, London, n. 393, p. 23, aug. 2005.

_____; KORNER, Jhon. Are charities good enough at using the media? **Third Sector**, London, n. 402, p. 23, nov. 2005.

DIMAGGIO, P. J.; POWELL, W. W. The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. **American Sociological Review**, v. 48, p. 147-160, 1983.

DINIZ, Maria H. **Curso de direito civil brasileiro**. São Paulo: Saraiva, 1995.

DOWLING, J.; PFEFFER, J. Organizational legitimacy: social values and organizational behavior. **Pacific Sociological Review**, v. 18, n. 1, p. 122-136, 1975.

ESROCK, Stuart L., LEICHTY, Greg B. Social responsibility and corporate web pages: self-presentation or agenda-setting? **Public Relations Review**, v. 24, p. 305-319, 1998.

FALCONER, Andrés P.; VILELA, Roberto. **Recursos privados para fins públicos**: as grantmakers brasileiras. São Paulo: Fundação Peirópolis, 2001.

FARIA, Denilda Caetano; OLIVEIRA, Rita de Cássia Alves. **A internet como potencial interativo para a transparência na gestão pública**. Tocantins, 2008.

FASFIL. Disponível em: <www.fasfil.org.br>. Acesso em: 10 fev. 2012.

FEPAMING. Disponível em: <www.fepaming.org.br>. Acesso em: 10 fev. 2012.

FERREIRA NETO, Edgard Leite. **Os partidos políticos no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1988.

FIGUEIREDO, Carlos Maurício *et al.* **Comentários à lei de responsabilidade fiscal**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2001.

FUNDATA. Disponível em: <www.fundata.org.br>. Acesso em: 10 fev. 2012.

GANDIA, J. L. **La divulgación de información financiera en la era digital**. Madrid: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 2001.

GANDIA, Juan L. Internet disclosure by nonprofit organizations: empirical evidence of nongovernmental organizations for development in Spain. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, 2009.

GANDIA, L. Juan. *Intangibles* divulgação de informações na Internet por corporações multinacionais. **A Revista Internacional de Pesquisa em Contabilidade Digital**, v. 3, n. 5, p. 61-99, jan./jun. 2003. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=1326394>>. Acesso em: 02 fev. 2011.

GARY, Johns. **Participatory democracy**: cracks in the façade. **IPA Backgrounder**, v. 17, 3 jul. 2005.

GARY, Johns. **Protocols with NGOs**: the need to know, v. 13, nov. 2001.

GIBELMAN, M.; GELMAN, S. R. **A loss of credibility**: patterns of wrongdoing among nongovernmental organizations, v. 15, p. 355-381.

GIFE - GRUPO DE INSTITUTOS, FUNDAÇÕES E EMPRESAS. **Investimento social privado no Brasil**. São Paulo: Fundação Peirópolis, 2001. Disponível em: <<http://www.integracao.fgvsp.br/>>. Acesso em: 05 mar. 2011.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOLDSCHMIDT, Andrea. **Estratégias de comunicação para o terceiro setor**. Disponível em: <<http://integracao.fgvsp.br/ano6/08/financiadores.htm>>. Acesso em: 05 abr. 2006.

GRAY, R.; KOUHY, R.; LAVERS, S. Corporate social and environmental reporting. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, v. 8, n. 1, p. 44-77, 1995.

_____ *et al.* Social and environmental disclosure and corporate characteristics: a research note and extension. **Journal of Business Finance & Accounting**, n. 28, p. 327-356, 2001.

GRAZZIOLI, Airton; RAFAEL, Edson José. **Fundações privadas teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2009.

GREENLEE, Janet et al. An investigation of fraud in nonprofit organizations: occurrences and deterrents. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, v. 36, p. 676-694, 2007.

GUTHRIE, J.; PARKER, L. D. Corporate social disclosure practice: a comparative international analysis. **Advances in Public Interest Accounting**, v. 3, p. 159-175, 1990.

HEALY, P., HUTTON, A. P., PALEPU, K. G. Stock performance and intermediation changes surrounding sustained increases in disclosure. **Contemporary Accounting Research**, v. 16, n. 3, p. 485-520, 1999.

HENDRIKSEN, Eldon S.; VAN BREDA, Michael F. **Teoria da contabilidade**. Tradução de Antonio Zoratto Sanvicente. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HERRANZ de la Casa, J. M. La gestión de la comunicación como elemento generador de transparencia en las organizaciones no lucrativas. **CIRIEC-España - Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa**, n. 57, p. 5-31, 2007.

HOOGHMSTRA, Reggy. Corporate communication and impression management: new perspectives why companies engage in corporate social reporting. **Journal of Business Ethics**, n. 27, p. 55-68, 2000.

HOWARD, Cosmo; SETH, Robyn. Governance issues for public sector boards. **Australian Journal of Public Administration**, n. 64, Sep. 2005. Disponível em: <<http://www.blackwell-synergy.com/loi/ajpa?cookieSet=1>>. Acesso em: 15 maio 2012.

HUDSON, Mike. **Administrando organizações do terceiro setor: o desafio de administrar sem receita**. São Paulo: Pearson Education, 2002.

HURTT, D. N., KREUZE, J. G.; LANGSAM, S. A. Using the internet for financial reporting. **The Journal of Corporate Accounting & Finance**, v. 12, n. 3, p. 67-75, 2001.

HYBELS, R. C. On legitimacy, legitimation and organizations: a critical review and integrative theoretical model. **Academy of Management Journal**. Special Issue: Best Papers Proceedings, p. 241-245, 1995.

ICERMAN, Rhoda C.; SINASON, David H. **Government accountability to the public: the dynamics of accountability in the U.S.**, p. 64-80, 1996. Disponível em: <<http://www.icgfm.org/downloads/total.pdf>>. Acesso em: 17 jan. 2011.

INGENHOFF, D.; KOELLING, A. M. The potential of Web sites as a relationship building tool for charitable fundraising NPOs. **Public Relations Review**, v. 1, n. 35, p. 66-73, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. **Estudos & pesquisas: infomação econômica: as fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil**, 2005. Rio de Janeiro, 2008.

_____. **Estudos & pesquisas: infomação econômica: as fundações privadas e associações sem fins lucrativos no Brasil**, 2006. Rio de Janeiro, 2009.

ISLAM, M.; DEEGAN, C. Motivations for an organisation within a developing country to report social responsibility information: evidence from Bangladesh. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, v. 21, n. 6, p. 850-874, 2008.

ISMAIL, T. H. An **Empirical investigation of factors influencing voluntary disclosure of financial information on the internet in the GCC countries**. 2000. Disponível em: <<http://www.ssrn.com>>. Acesso em: 23 fev. 2011.

IUDICIBUS; Sérgio de; MARION, José Carlos. **Introdução à teoria da contabilidade**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

_____; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de contabilidade das sociedades por ações: aplicável às demais sociedades**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

JENKINSON, Angus *et al.* Optimising communications for charity brand management. **International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector**, London, v. 10, n. 2, p. 79, May 2005.

KANG, S; NORTON, H. E. Nonprofit organizations' use of the World Wide Web: are they sufficiently fulfilling organizational goals? **Public Relations Review**, n. 30, p. 279-284, 2004.

KAPLAN, S. E.; RULAND, R. G. Positive theory, rationality and accounting regulation. **Critical Perspectives on Accounting**, v. 2, n. 4, p. 361-374, 1991.

KELTON, A. S.; YANG, Y. W. O impacto da governança corporativa na internet relatórios financeiros. **Jornal de Contabilidade e Política Pública**, v. 27, n. 1, p. 62-87, 2008.

KHADAROO, I. Reportagem de negócios na internet, na Malásia e Cingapura: a estudo comparativo. **Comunicação Corporativa**, v. 10, n. 1, p. 58-68, 2005.

KIRCHNER, A. E.; OTT, E. Aplicação das normas contábeis brasileiras e norte-americanas: uma análise na conciliação da demonstração das diferenças no lucro líquido e do patrimônio líquido da AMBEV. In: V CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, São Paulo, **Anais...** São Paulo: USP, 2005.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

LANG, M; LUNDHOLM, R. Cross-sectional determinants of analyst ratings of corporate disclosures. **Journal of Accounting Research**, v. 31, p. 246-271, 1993.

LEE, T. ; CHEN, J.; ZHANG, R. Utilizing the internet as a competitive tool for non-profit organizations. **The Journal of Computer Information Systems**, v. 3, n. 41, p. 26, 2001.

LEGROS, P.; MATSUSHIMA, H. As parcerias eficientes e Quase eficientes. **Revisão de Estudos Econômicos**, v. 60, n. 3, p. 599-611, 1993.

_____; _____. Eficiência em parcerias. **Journal of Economic Theory**, v. 55, n. 2, p. 296-322, 1991.

LEV, B.; PENMAN, S. Voluntary forecast disclosure, nondisclosure, and stock prices. **Journal of Accounting Research**, v. 28, p. 49-76, 1990.

LINDBLOM, C. The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure. **Paper presented at the Critical Perspectives on Accounting Conference**, New York, 1994.

LISTER, S. NGO legitimacy: technical issue or social construct?. **Critique of Anthropology**, London: Sage Publications, v. 23, p. 175-192, 2003.

LITAN, R. E.; WALLISON, P. J. **The GAAP Gap**: corporate disclosure in the internet age. Washington: AEI-Brookings Joint Center for Regulatory Studies; La Vergne: Tenn, 2000.

LLOYD, Robert; WARREN, Shana; HAMMER, Michael. **Global Accountability Report**. 2008. Disponível em: <http://www.oneworldtrust.org/index.php?option=com_content&view=article&id=114&Itemid=144>. Acesso em: 20 maio 2009.

LONT, D. Os relatórios financeiros na Internet. **Traçado Jornal Contabilistas de Nova Zelândia**, v. 82, n. 7, p. 64, 2003.

LYBAERT, N. Na linha de Relato Financeiro: uma análise dos holandeses empresas listadas. **O International Journal of Accounting Research Digital**, v. 2, n. 4, p. 195-234, 2005.

LYMER, A. The internet and the future of corporate reporting in Europe. **The European Accounting Review**, v. 8, p. 289-301, 1999.

_____; JONES, M.; XIÃO, Z. Immediate trends in internet reporting. **European Accounting Review**, v. 11, n. 2, p. 245-275, 2002.

MARSTON, C. Relato financeiro na internet pelo japonês líderes empresas. **Comunicação Corporativa**, v. 8, n. 1, p. 23-27, 2003.

MARSTON, C.; POLEI, A. Relatório corporativo na internet pelo alemão empresas. **Revista Internacional de Sistemas de Informações Contábeis**, n. 5, n. 285-311, 2004.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTINS, H. C. **Governança corporativa em cenário de mudanças: evidências empíricas das alterações dos atributos, papéis e responsabilidades do conselho de administração das empresas brasileiras**. Tese (Doutorado em Administração) – Faculdade de Ciências Econômicas. Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2004.

MATHEWS, M. R. **Socially Responsible Accounting**. London: Chapman and Hall, 1993.

McDONALD, R.; LONT, D. Relatório Financeiro sobre a revisão Web-A de 2001. **Traçado Contabilistas Jornal da Nova Zelândia**, v. 80, n. 8, p. 64, 2001.

MENDES, W. da Silva; MAGALHÃES FILHO, P. A. O.; NÓBREGA, O. O. Determinantes da disseminação voluntária de informações financeiras na internet: um estudo com empresas listadas na Bovespa. In: 28º ENCONTRO ANUAL DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO, Curitiba, **Anais...** Curitiba: Anpad, 2004.

MEYER, J. W.; ROWAN, B. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, v. 83, p. 340-363, 1977.

_____; SCOTT, W. R. Centralization and the legitimacy problems of local government. In: MEYER, J. W.; SCOTT, W. R. **Organizational environments: ritual and rationality**. Beverly Hills: Sage, p. 199-215, 1983.

MEZNAR, M.; NIGH, D. Managing corporate legitimacy: public affairs activities, strategies, and effectiveness. **Business & Society**, v. 32, spring, p. 30-43, 1993.

MILLER, J. C.; WHITING, R. H. Voluntary disclosure of intellectual capital and the hidden value. **Paper presented at the AFAANZ Conference**, Melbourne, Australia, July, 3-5, 2005. Retrieved May 11, 2007. Disponível em: <<http://www.afaanz.org/web2005/papers/millerj-ACC.pdf>>. Acesso em: 15 maio 2012.

MOHD, Noor Azli Khan; MOHD, Noor Azizi Ismail. Factors of internet financial reporting: the case of Malaysia. **Proceeding of the 3rd South East Asian Technical University Consortium (SEATUC) Symposium**, 2009.

NASI, J. et al. The evolution of corporate social responsiveness. **Business and Society**, n. 36, p. 296-321, 1997.

NAUDÉ, A. M.; FRONEMAN, J. D.; ATWOOD, R. A. The use of the internet by ten South African nongovernmental organizations—a public relations perspective. **Public Relations Review**, n. 30, p. 87-94, 2004.

NEU, D.; WARSAME, H.; PEDWELL, K. Managing public impressions: environmental disclosures in annual reports. **Accounting, Organizations & Society**, n. 23, p. 265-282, 1998.

NIYAMA, Jorge Katsumi; GOMES, Amaro L. Oliveira. Contribuição ao aperfeiçoamento dos procedimentos de evidência contábil aplicáveis às demonstrações financeiras de bancos e instituições assemelhadas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, n. 15, Fortaleza. **Anais...** Brasília: CFC, 1996.

O'DONOVAN, G. Environmental disclosures in the annual report: extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. **Accounting Auditing and Accountability Journal**, v. 15, n. 3, p. 344-371, 2002.

O'DWYER, B. Corporate environmental reporting: the quest for mainstream acceptance in the midst of inconsistency and incomparability. **Accountancy Ireland**, abr. p. 18-19, 2001.

_____. Managerial perceptions of corporate social disclosure: an Irish story. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 15, n. 3, p. 406-436, 2002.

OLAK, Paulo A.; NASCIMENTO, Diogo T. **Contabilidade para entidade sem fins lucrativos**: terceiro setor. São Paulo: Atlas, 2006.

_____; SLOMSKI, Valmor; ALVES, Cássia Vanessa Olak. **As publicações acadêmicas da pesquisa no Brasil no âmbito das organizações do terceiro setor**. Disponível em: <http://www.furb.br/congressocont/_files/EPC.pdf>. Acesso em: 30 maio 2012.

OLIVEIRA, Silvio Luiz de. **Tratado de metodologia científica**: projetos de pesquisa, TGI, TCC, monografias, dissertações e teses. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

OYELERE, P.; LASWAD, F.; FISHER, R. Determinantes da internet financeiro reportagem de empresas da Nova Zelândia. **Journal of International Financial Gestão e Contabilidade**, v. 14, n. 1, p. 26-63, 2003.

OZCELIK, Y. Globalization and the internet: digitizing the nonprofit sector. **Journal of Global Business Issues**, v. 1, n. 2, 2008.

PATTEN, D. Intra-industry disclosure in response to the alaskan oil spill: a note on legitimacy theory. **Accounting, Organizations and Society**, v. 17, n. 5, p. 471-475, 1992.

_____. Exposure, legitimacy and social disclosure. **Journal of Accounting and Public Policy**, v. 10, p. 297-308, 1991.

_____. Media exposure, public policy pressure, and environmental disclosure: an examination of the impact of tri data availability. **Accounting Forum**, v. 26, n. 2, jun. 2002.

PEREIRA, Jose Carlos da Silva. **Evidenciação**: divulgação das demonstrações contábeis através das *homepages*, na internet, das maiores empresas brasileiras, por vendas eleitas pela Revista Exame – “Melhores e Maiores” - ano 2006. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

PÉREZ, V. ; MATEOS, C. ONG, Internet y Comunicación Alternativa en las ONG dedicadas a la inmigración en España. **Razón y Palabra**, n. 29, p. 49, 2006.

PETER, M. G. A.; MACHADO, M. V. **Manual de auditoria governamental**. São Paulo: Atlas, 2003.

PFEFFER, J.; SALANCIK, G. **The external control of organizations**: a resource dependence perspective. New York: Harper & Row, 1978.

RESENDE, Thomas de Aquino. **Roteiro do Terceiro Setor**: associações e fundações: o que são, como instituir, administrar e prestar contas. 3. ed. Belo Horizonte: Prax, 2006.

ROZANSKI, Carla Regina Magagnin; TOMASI, Marcus. Universidade pública e accountability: o caso da Universidade do Estado de Santa Catarina, 2009. **III CONGRESSO CONSAD DE GESTÃO PÚBLICA**, 2010.

RODRIGUES, Izabela França. Contribuições e potenciais da governança eletrônica para a democracia: transparência, controle público e participação cidadã uma análise dos sítios das secretarias de estado de Minas Gerais. **III Congresso Consad de Gestão Pública**, 2010.

RUIZ, M. Tirado; MORALES, P. A. C. Transparencia y calidad de la información económico-financiera en las entidades no lucrativas: un estudio empírico a nivel andaluz. **CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa**, n. 63, p. 253-274, 2008.

SALAMON, Lester M.; ANHEIER, Helmut K. **Defining the nonprofit sector**: a cross national Analysis. Manchester University Press, 1997.

SANTOS, J. V. T. A construção da viagem inversa: ensaio sobre a investigação nas ciências sociais. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, v. 3, n. 3, p. 55. 1991.

SARGEANT, Adrian; KAUFFMAN, Ewing, M. **Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing**, Binghamton, v. 9, n. 1-2, p. 185, 2001.

SAXBY, J.; SCHACHTER, M. Civil society and public governance: getting a fix on legitimacy. **Briefing Note**. Ottawa: Conference Board of Canada, 2003.

SAXTON, Gregory D.; GUO, Chao. Accountability online: understanding the Web-Based Accountability Practices of Nonprofit Organizations. **Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly**, n. 40, p. 270-295, 2011.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2003.

SILVA, Eduardo Marcondes Filinto da; AGUIAR, Mariani Thamm de. **O que fizeram as fundações de direito privado de Belo Horizonte/MG em 1999-2001**. Disponível em: <<http://www.fundata.org.br>>. Acesso em: 13 mar. 2011.

SILVA, Marco Túlio Caminha da. **O velamento das fundações de direito privado pelo Ministério Público de Minas Gerais e a importância estratégica da parceria firmada com a FIPE neste contexto**. 2001. Disponível em: <<http://fundata.org.br/>>. Acesso em: 12 mar. 2011.

SLOMSKI, Valmor. **Teoria do agenciamento no estado**: uma evidenciação da distribuição de renda econômica produzida pelas entidades públicas de administração direta. São Paulo, 1999. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Departamento de Contabilidade e Atuária, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 1999.

SOLDI, Alexandra R.; HATZ, Claudia Regina; SANTOS, Gilmar R. Transparência no Terceiro Setor: um estudo sobre as organizações filantrópicas. **Jovens Pesquisadores**, v. 4, n. 1, jan./jun. 2007.

SUCHMAN, Mark C. Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. **Academy of Management Review**, v. 20, n. 3, 1995.

SZAZI, E. Terceiro setor: regulação no Brasil. 4. ed. São Paulo: Peirópolis, 2006.

UWALOMWA Uwuigbe, An empirical investigation of the association between firms characteristics and Corporate social disclosures in the nigerian financial sector. **Journal of Sustainable Development in Africa**, v. 13, n. 1, 2011.

VAKABUA, Isaia. **Governance and the legislative audit function**. 1996, p. 15-18. Disponível em: <<http://www.icgfm.org/>>. Acesso em: 16 jan. 2011.

VENOSA, Sílvio de S. **Direito civil**: teoria geral. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

VOLTOLINI, Ricardo (Org.). **Terceiro setor**: planejamento & gestão. São Paulo: Senac, 2004.

WATSON, A.; SHRIVES, P.; MARSTON, C. Voluntary disclosure of accounting ratios in the UK. **British Accounting Review**, v. 34, p. 289-313, 2002.

APÊNDICES

APÊNDICE A – NBCT 10 - FUNDAÇÕES

NBC T 10 – DOS ASPECTOS CONTÁBEIS ESPECÍFICOS EM ENTIDADES DIVERSAS 10.4 – FUNDAÇÕES RESOLUÇÃO CFC N.º 837/99

Aprova, da NBC T 10 – Dos Aspectos Contábeis Específicos em Entidades Diversas, o item: NBC T 10.4 – Fundações.

O **CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE**, no exercício de suas atribuições legais e regimentais,

CONSIDERANDO que as Normas Brasileiras de Contabilidade e suas Interpretações Técnicas constituem corpo de doutrina contábil que estabelece regras de procedimentos técnicos a serem observadas quando da realização de trabalhos;

CONSIDERANDO que a constante evolução e a crescente importância da auditoria exigem atualização e aprimoramento das normas endereçadas a sua regência, de modo a manter permanente justaposição e ajustamento entre o trabalho a ser realizado e o modo ou processo dessa realização;

CONSIDERANDO que a forma adotada de fazer uso de trabalhos de instituições com as quais o Conselho Federal de Contabilidade mantém relações regulares e oficiais está de acordo com as diretrizes constantes dessas relações;

CONSIDERANDO o trabalho desenvolvido pelo Grupo de Trabalho das Normas Brasileiras de Contabilidade, instituído pelas Portarias CFC n.ºs 13, 25, 26, 27, 30, 34, 42, 43 e 44/98;

CONSIDERANDO que o Grupo de Trabalho das Normas Brasileiras de Contabilidade, atendendo ao que está disposto na Resolução CFC n.º 751, de 29 de dezembro de 1993, elaborou o item NBC T 10.4 – Fundações, da NBC T 10 – Dos Aspectos Contábeis Específicos em Entidades Diversas;

CONSIDERANDO que por se tratar de atribuição que, para o adequado desempenho, deve ser empreendida pelo Conselho Federal de Contabilidade em regime de franca, real e aberta cooperação com o Banco Central de Brasil, a Comissão de Valores Mobiliários, o Instituto Brasileiro de Contadores, o Ministério da Educação e do Desporto, a Secretaria Federal de Controle, a Secretaria da Receita Federal, a Secretaria do Tesouro Nacional e a Superintendência de Seguros Privados,

RESOLVE:

Art. 1º Aprovar a Norma Brasileira de Contabilidade, assim discriminada: NBC T 10.4 – Fundações.

Art. 2º Esta Resolução entra em vigor a partir da data de sua publicação.

Brasília, 22 de fevereiro de 1999.

Contador **JOSÉ SERAFIM ABRANTES**
NORMAS BRASILEIRAS DE CONTABILIDADE

NBC T 10 – Dos Aspectos Contábeis Específicos em Entidades Diversas

10.4 – Fundações

10.4.1 – DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

10.4.1.1 – Esta norma estabelece critérios e procedimentos específicos de avaliação, de registro contábil e de estruturação das demonstrações contábeis das Fundações. Estas são organizações destinadas a fins de interesse coletivo (art. 11 da Lei de Introdução ao Código Civil e art. 16 e outros do Código Civil) e podem ser “fundação pública de natureza jurídica de direito público” ou “pessoas jurídicas de direito privado”. São compostas por uma coletividade humana organizada, e, como tais, são entidades econômicas, com existência distinta de cada um dos indivíduos ou entidades que as compõem, com capacidade jurídica para exercer direitos e obrigações patrimoniais, econômicos e financeiros.

10.4.1.2 – Aplicam-se às Fundações os Princípios Fundamentais de Contabilidade, bem como, com as alterações tratadas nos itens 10.4.5.1, 10.4.5.2, 10.4.6.1, 10.4.6.2 e 10.4.7.1, todas as Normas Brasileiras de Contabilidade e suas Interpretações Técnicas e Comunicados Técnicos, editados pelo Conselho Federal de Contabilidade.

10.4.2 – DO REGISTRO CONTÁBIL

10.4.2.1 – As Fundações devem constituir provisão em montante suficiente para cobrir as perdas esperadas com base em estimativas de seus prováveis valores de realização e baixar os prescritos, incobráveis e anistiados.

10.4.2.2 – As doações e contribuições para custeio são contabilizadas em conta de receita. As doações e subvenções patrimoniais são contabilizadas no patrimônio social.

10.4.2.3 – As receitas de doações e contribuições para custeio são consideradas realizadas quando da emissão de nota de empenho ou da comunicação dos doadores, conforme o caso, devendo ser apropriadas, em bases mensais, de acordo com os períodos a serem beneficiados, quando estes forem identificáveis.

10.4.3 – DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

10.4.3.1 – As demonstrações contábeis que devem ser elaboradas pelas Fundações são as seguintes, determinadas pela NBC T 3 – Conceito, Conteúdo, Estrutura e Nomenclatura das Demonstrações Contábeis: Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado, Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido e Demonstrações das Origens e Aplicações de Recursos.

10.4.4 – DO BALANÇO PATRIMONIAL

10.4.4.1 – O Balanço Patrimonial das Fundações deve evidenciar os componentes patrimoniais que lhe são pertinentes, de modo a possibilitar aos seus usuários a adequada interpretação da sua posição patrimonial e financeira.

10.4.4.2 – A conta *Capital* (item 3.2.2.12 I) será substituída pela conta *Patrimônio Social*, e a conta *Lucros* ou *Prejuízos Acumulados* (item 3.2.2.12 III) pela conta *Superávits* ou *Déficits Acumulados*.

10.4.5 – DA DEMONSTRAÇÃO DO RESULTADO

10.4.5.1 – A denominação da Demonstração do Resultado (item 3.3 da NBC T 3) é alterada para Demonstração do *Superávit* ou *Déficit*, a qual deve evidenciar a composição do resultado de um determinado período. Além dessa alteração, a NBC T 3 é aplicada substituindo a palavra *resultado* dos itens 3.3.2.3 d, 3.3.2.3 g e 3.3.2.3 m, pela expressão *superávit* ou *déficit*.

10.4.5.2 – A demonstração do resultado deve evidenciar, de forma segregada, as contas de receitas e despesas; estas, quando identificáveis, por tipo de atividade.

10.4.6 – DA DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO

10.4.6.1 – A denominação Da Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido (item 3.5 da NBC T 3) é alterada para Demonstração das Mutações do Patrimônio Social, que deve evidenciar, num determinado período, a movimentação das contas que integram o seu patrimônio. Além dessa alteração, a NBC T 3 é aplicada com a substituição da palavra *lucros*, dos itens 3.5.2.1 c, 3.5.2.1.f e 3.5.2.1.h, pela palavra *superávit*; e a palavra *prejuízo*, do item 3.5.2.1 i, pela palavra *déficit*.

10.4.6.2 – As Fundações estão dispensadas da elaboração da Demonstração de *Lucros* ou *Prejuízos Acumulados* (NBC -3-4), por estar incluída na Demonstração das Mutações do Patrimônio Social.

10.4.7 – DA DEMONSTRAÇÃO DAS ORIGENS E APLICAÇÕES DE RECURSOS

10.4.7.1 – Na Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos (item 3.6 da NBC T 3), a palavra *resultado* do item 3.6.2.1, a, é substituída pela expressão *superávit* ou *déficit*.

10.4.8 – DA DIVULGAÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

10.4.8.1 – A divulgação das demonstrações contábeis deve obedecer à NBC T 6 – Da Divulgação das Demonstrações Contábeis.

10.4.9 – DAS NOTAS EXPLICATIVAS ÀS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

10.4.9.1 – As notas explicativas devem incluir informações de natureza patrimonial, econômica, financeira, legal, física e social, tais como:

- a) as principais atividades desenvolvidas pela Fundação;
- b) as principais práticas contábeis adotadas;
- c) os investimentos relevantes efetuados no período e os anteriormente existentes;
- d) a origem e a natureza das principais doações e outros recursos de valor significativo;
- e) os detalhes dos financiamentos a longo prazo; e
- f) os detalhes das contingências na data do encerramento do exercício e dos prováveis efeitos futuros.

**APÊNDICE B – Relação das 48 Fundações com Endereços Eletrônicos –
Amostra do Estudo**

RELAÇÃO DAS FUNDAÇÕES	ENDEREÇO ELETRONICO
1. Apoio à Universidade do Rio Grande – Faurg	www.faurg.furg.br
2. Apoio ao Centro Federal de Educação Tecnológica de Pelotas	www.funcefet.org.br
3. Apoio da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, de - Faurgs	www.faurgs.ufrgs.br
4. Atendimento de deficiência múltipla, de – Fadem	www.fadem.com.br
5. Attila taborda	http://www.urcamp.tche.br
6. Capacitação profissional e inclusão social - Funcapis, para	www.funcapis.org.br
7. Cemar	www.cemar.com.br
8. Educacional e cultural para o desenvolvimento e aperfeiçoamento da	www.fundae.org.br
9. Educacional João XXIII	www.joaouxiii.com/
10. Escola da magistratura do trabalho do RS João Antonio Guilhembert Pereira Leite –	www.femargs.com.br
11. Escola Nacional de Seguros (filial)	www.funenseg.org.br
12. Escola Superior da Defensoria Pública do Estado do Rio Grande do Sul	www.fesdep.org.br
13. Escola Superior de Direito Tributário – fesdt	www.fesdt.org.br
14. Fé e Alegria do Brasil	www.fealegria.org.br
15. Francisco Xavier Kunst do grupo Artecola	www.artecola.com.br
16. Gazeta - jornalista Francisco José Frantz	www.fundacaogazeta.org.br
17. Integração, desenvolvimento e educação do noroeste do estado – Fidene	www.unijui.tche.br
18. Irmandade da Sta Casa de Misericórdia Porto Alegre	www.santacasa.org.br
19. Irmão José Otão – Fijo	www.fijo.org.br
20. Marcopolo	www.marcopolo.com.br/
21. Mauricio Sirotsky Sobrinho	www.fmss.org.br
22. Mo'ã - estudos e pesquisas para a proteção e desenvolvimento ambiental	www.fundacaomoa.com/
23. Pensamento Digital	www.pensamentodigital.org.br
24. Projeto Pescar	www.projetopescar.org.br
25. Semear	www.fundacaosemear.org.br
26. Simon Bolivar	www.fundacaosimonbolivar.org
27. Sinodal de comunicação	www.uniaofm.com.br
28. Sogipa de comunicações	www.sogipa.esp.br

RELAÇÃO DAS FUNDAÇÕES	ENDEREÇO ELETRÔNICO
29. Sol para reconstrução social	www.fundacaosol.com.br
30. Universidade de Caxias do Sul	www.ucs.br
31. Universidade de Cruz Alta	www.unicruz.edu.br
32. Universidade de Passo Fundo	www.upf.br
33. Universidade Empresa de Tecnologia e Ciências – Fundatec	www.fundatec.com.br
34. Universitaria de Cardiologia	www.cardiologia.org.br
35. Universitaria Mário Martins	www.mariomartins.org.br
36. Vale do Taquari de Educação e Desenvolvimento Social - Fuvates	www.univates.br
37. Valiati	www.fundacaovaliati.com.br
38. Zeri Brasil	www.zeri.org.br
39. Fundação de Apoio - Faherg	www.faherg.org.br
40. Fundação Fatec	www.fateciens.org.br
41. Fundação Bradesco	www.fb.org.br/institucional
42. Fundação Angelo Bozzetto	www.fundacaoangelobozzetto.com.br
43. Fundação Casa das Artes	www.casadasartessbg.com.br
44. Fundação Municipal de Artes de Montenegro	www.fundarte.rs.gov.br
45. Fundação Pão dos Pobres	www.paodospobres.org.br/fundação
46. Fundação Abramo Eberle	http://mundial.com.br/respons.social
47. Fundação Fapergs	www.fapergs.gov.br
48. Assistencial dos servidores do Ministério da Fazenda	www.assefaz.org.br

ANEXOS

ANEXO A – Pesquisa em Periódicos Nacionais

TÍTULO DO ESTUDO	AUTOR / ANO
Etapas e dificuldades de elaboração do Balanço Social de organizações não governamentais: um estudo de caso	Maria Clara Cavalcante Bugarim Tathian e lima da silva Marcelle Colares Oliveira Osório Cavalcante Araújo, 2011
Em busca da Legitimidade Social: Relação entre o Impacto Ambiental da Atividade Econômica das Empresas Brasileiras e os Investimentos no Meio Ambiente	Marcia Reis Machado Marcio A. Veras Machado Fernando Dal Ri Murcia, 2011
Modelos de indicadores de Responsabilidade Socioambiental Corporativa	Nathália de Santana Rabelo Carlos Eduardo silva, 2011
A contabilidade no terceiro setor: instrumento de transparência social	Fernanda Mosseline J. Coan Ivanir Helena Megier, 2010
A importância da transparência na gestão de recursos públicos, em fundações de apoio a pesquisa e extensão	Taiane Lemõns Gonçalves Alexandre Costa Quintana, 2010
Aderência de empresas classe mundial ao modelo Gri de sustentabilidade ambiental	Nicola Acquaviva Neto Pedro Luis de Oliveira Costa Neto, 2010
Divulgação de Informações de natureza econômico-financeira: um estudo comparativo entre fundações ambientais da Espanha e Paulistas do Brasil	Myron Palhano G. Sobrinho Ana Jospe B. Pérez Gruesco Erica Xavier de Souza Ana Paula Ferreira da Silva, 2010
Nível de Transparência como determinante do custo de capital de terceiros	Odir Luiz Fank Rodrigo Argonese Cosmo Rogerio de Oliveira Francisco Antonio Bezerra, 2010
Disseminação de Informações Ambientais Voluntárias X Relatórios Contábeis <i>versus</i> Internet	Laura Calixto Ricardo Rodrigues Barbosa Marilene Barbosa Lima, 2010
Evidenciação dos Demonstrativos de Entidades Sindicais: Caso dos Auditores Fiscais do Estado do Rio Grande do Norte	Valdério Freire de Moraes Jr. Antonio Marcois S. Brasil Pedro Lopes de Araujo Neto, 2010

TÍTULO DO ESTUDO	AUTOR / ANO
Transparência na Esfera pública interconectada	Daniela bezerra da silva, (2010)
Balanço social e o indicador de lucro social para empresas cidadãs: o caso Embrapa	Rozana Carvalho Pereira Mayra Batista B. Fagundes Elisabeth de Souza Andrade Leonardo de Oliveira Dresch Glenda de Almeida Soprane (2010)
A teoria da legitimidade e o custo político nas evidenciações contábeis dos governos estaduais da região sudeste do Brasil	Ilse Maria Beuren Ari Söthe 2009
Indicadores de responsabilidade social: estudo comparativo entre empresas públicas e privadas, baseado no balanço social IBASE	Alexandre dos Reis Gino Giacomini Filho, 2008
Transparência no Terceiro Setor: Um Estudo sobre as Organizações Filantrópicas	Marco Antonio Figueiredo Milani Filho, 2008
O nível de <i>disclosure</i> de organizações do terceiro setor: uma Pesquisa empírica sobre as entidades filantrópicas asilares paulistas	Marco A. Figueiredo Milani Filho, 2008
Divulgação das Demonstrações Contábeis através de <i>Homepages</i> na <i>Internet</i> , pelas maiores empresas brasileiras eleitas pela revista Exame "Maiores e Melhores" 2006	Jose Carlos da Silva Pereira 2007
Análise das práticas de evidenciação de informações obrigatórias, não obrigatórias e avançadas nas demonstrações contábeis das S/As no Brasil: Um estudo comparativo dos exercícios de 2002 E 2005*	Vera Maria Rodrigues Ponte Marcelle Colares Oliveira Héber Moura Renata Coelho de A.Carmo 2007
Disseminação de informações ambientais voluntárias: relatórios contábeis <i>versus Internet</i>	Laura Calixto Ricardo Rodrigues Barbosa Marilene Barbosa Lima 2007
Fundação Comunitária e Desenvolvimento Local: Modelo na Construção de Transparência, Legitimidade, Confiança e Sustentabilidade	Maria Carolina Trevisan Fabiana Hernandez Abreu 2007
Análise da relação entre disseminação voluntária de informações em <i>SITES</i> Corporativos e Desempenho Financeiro das Empresas Brasileiras	Jupter Junior Moreira Luz Marcos Antonio de Camargos Joab de Oliveira Lima 2006
Informações Complementares de Natureza Avançada e não obrigatória: Uma análise da <i>DISCLOSURE</i> Social nas demonstrações contábeis publicadas de empresas do setor de saúde suplementar	Jose Ricardo Maia de Siqueira Marcos Machado de Almeida 2006

TÍTULO DO ESTUDO	AUTOR / ANO
A divulgação de informações contábeis e Financeiras no mundo virtual	Fernan Miklos A. Vasarhelyi do Pereira Tostes 2006
A Questão da Avaliação da Letigimidade de ONGs	Daniel Siqueira Pitta Marques Edgard Monforte Merlo Marcelo Seido Nagano (2005)
A prática da evidenciação de informações avançadas e não obrigatórias nas demonstrações contábeis nas empresas brasileiras	Vera Maria Rodrigues Ponte Marcelle Colares Oliveira (2004)
Determinantes da disseminação voluntária de informações financeiras na internet	Wesley Mendes da Silva Paulo Azevedo O. Magalhães Filho 2004

ANEXO B – Pesquisa em Periódicos Internacionais

TÍTULO DO ESTUDO	AUTOR / ANO
<i>Accountability OnLine: Understanding the Web-based – Acontability Practices of Nonprofit Organizations</i>	Gregory D. Saxton Chao Guo, 2011
<i>Determinants of Website Information by Spanish City Councils</i>	Juan L. Gandia Maria Archidona, 2011
<i>The use of disclosure indices in internet financial reporting research</i>	Dr. Mohd Noor Azli bin Ali Khan Professor Dr. Noor Azizi bin Ismail2011
<i>A theoretical framework for strategic use of the web among nonprofit organizations</i>	Anol Bhattacharjee, 2011
<i>Una oportunidad de mayor legitimidad de las ong a través de la transparencia on-line Experiencia de las ong españolas y mexicanas</i>	María del C.Caba Pérez María del Mar Gálvez Rodríguez Manuel López Godoy, 2011
<i>Internet Disclosure by Nonprofit Organizations: Empirical Evidence of Nongovernmental Organizations for Development in Spain</i>	Juan L. Gandia, 2011
<i>Corporate reporting in modern era: a comparative study on indian and chinese companies</i>	Anita Shukla Mouni G. Gekara, 2010
<i>Determinants of Corporate Internet Reporting: Evidence from Egypt</i>	Doaa Aly, Jon Simon Khaled Hussainey, 2010
<i>Corporate Disclosure and Firm Characteristics: A Puzzling Relationship</i>	Foued Khlifi Abdelfettah Bouri, 2010
<i>Can Internet-Based Disclosure Reduce Information Asymmetry?</i>	Li, Li, 2010
<i>The Use of Internet as Mean for Promoting Disclosure and Corporate Governance: The case of Grécia</i>	Themistokes G. Lazarides Evaggelos Drimpetas Ioannis Drimpetas Ioanna Georgouvia, 2009
<i>La transparência On-Line nas Ong´s Espanõlas</i>	Maria del Mar Gálvez Rodriguez Maria del Carmen Caba Pérez Manuel López Godoy, 2009
<i>Legitimacy in Organizational Institutionalism</i>	David L. Deephouse and Mark Suchman, 2008
<i>The practice of financial disclosure on corporate website: case study in Indonesia</i>	Sasongko Budisusetyo Luciana Spica Almilía, 2008
<i>Refinements to Legitimacy Theory in Social and Environmental Accounting</i>	Matthew V. Tilling Flinders University, South Australia, 2008

TÍTULO DO ESTUDO	AUTOR / ANO
<i>Does Disclosure Quality via investor Relations Affect Information Asymmetry?</i>	Millicent Chang, Gino D'anna Iain Watson, Marvin Wee, 2008
<i>Dynamics of ngo legitimacy: How organising betrays core missions of ingos</i>	Ringo ossewaarde1, Andre´ Nijhof1 and Liesbet Heyse2*, 2008
<i>Exploring Financial and Sustainability Reporting on the Web in Indonésia</i>	Sasongko Budisusetyo Spica Almilia Luciana, 2008
<i>Legitimacy Theory: A Story of Reporting Social and Environmental Matters within the Australian Food and Beverage Industry</i>	Suresch Cuganesan Leanne Ward James Guthrie, 2007
<i>Incremental Voluntary Disclosure on Corporate Web Sites, Determinants and Consequences</i>	Samir Trabelsi Réal Labelle Pascal Dumontier, 2007
<i>The Impact Financial Information And Voluntary Disclosures on Contributions to Not-For-Profit Organizations: A Field-Based Experiment</i>	Linda M. Parsons, 2007
<i>Internet como herramienta clave para la transparencia de las ong</i>	Maria del Mar G. Rodríguez Maria del C.Caba Pérez Manuel López Godoy, 2007
<i>The use of internet for corporate reporting: a discussion of the issues and surveys of current usage in Bangladesh</i>	Md. Abid Hossain Khan Ahmed Taneem Muzaffar Abu Sohel Mahmood, 2007
<i>Internet and Corporate Governance</i>	Michal Grzybkowski Dariusz Wojcik, 2006
<i>ONG, Internet y Comunicación Alternativa en las ONG dedicadas a la inmigración en España</i>	V́ctor Pérez y Concha Mateos, 2006
<i>Corporate Reporting on the Internet</i>	Ashbaugh, H., Johnstone, K., & Warfield, T, 2006
<i>Disclosure, Liquidity, and the Cost of Capital</i>	Douglas W. Diamond; Robert E. Verrecchia, 2006
<i>The use of internet for corporate reporting: a discussion of the issues and surveys of current usage in bangladesh</i>	Md. Abid Hossain Khan Ahmed .T Muzaffar Abu Sohel Mahmood, 2006
<i>Transparência de la information en internet del sector no lucrativo en Espana</i>	Carlos Javier Sanz Santolaria, 2006
<i>Internet and Corporate Governance</i>	Michal Grzybkowski, 2006
<i>The Use of the Internet for Corporate Reporting by Spanish Companies1</i>	Manuel Larrán Begoña Giner, 2006

TÍTULO DO ESTUDO	AUTOR / ANO
<i>Toward a model of organizational legitimacy in public relations theory and practice</i>	Patel, Amisha m. Xavier, Robina J. Broom, Glen, 2005
<i>Organizational legitimimacy, capacity and capacity development</i>	Derick W. Brinkerhoff, 2005
<i>Investor Relation Internet Disclosure And The Cost Of Equity Capital</i>	Ewa a. Froidevaux, 2004
<i>Communication at the Edge: Voluntary social and environmental reporting in the annual report of a legitimacy threatened corporation</i>	Matthew V. Tilling, 2004
<i>Corporate Reporting on the Internet by German Companies</i>	Marston, C., & Polei, A, 2004..
<i>Intangibles Disclosure Information on Internet by Multinational Corporations1</i>	Juan L. Gandía, 2003
<i>The Auditor and Corporate Reporting on the Internet: Challenges and Institutional Responses</i>	Andrew Lymer*1 and Roger Debreceeny2, 2003
<i>Financial accountability in charitable Organizations: mandating an audit committee Function</i>	Karyn r. Vanderwarren, 2002
<i>Accountability and oversight of the internet Corporation for assigned names and numbers (icann)</i>	Tamar frankel, 2002

ANEXO D – Estudos Empíricos sobre Evidenciação de Informações,
Transparência em Fundações *Online* Publicados em Periódicos Internacionais –
Período 2002 a 2011

	Periódicos / Revistas	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	Total
1	<i>Academia.edu</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	<i>Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly.</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
3	<i>Journal of Global Business and Economics</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
4	<i>Social Science Research Network</i>	1	0	0	0	2	0	1	0	0	3	7
5	<i>International Journal of Auditing</i>	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2
6	<i>The International Journal of Digital Accounting Research</i>	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2
7	<i>International Journal of Accounting Information Systems</i>	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
8	<i>The Cost and Management, November-December</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	<i>Journal of international business research</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
10	<i>Managerial Auditing Journal</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
11	<i>La Revista Española del Tercer Sector</i>	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2
12	<i>Journal of Contemporary Accounting & Economics</i>	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	TOTAL	2	2	1	0	3	1	2	1	2	5	

ANEXO E – Descrição das Fundações e seus Escores de Itens Obrigatórios e Voluntários

OBS	FUNDAÇÕES	ITI_VOL	ITI_OB	ITI
1	Fundação Universidade Passo Fundo	52	20	72
2	Fundação Assefaz	45	22	67
3	Fundação Univates	42	14	56
4	Fundação Fidene	41	15	56
5	Fundação Mauricio Sobrinho	39	17	56
6	Fundação Santa Casa	38	0	38
7	Fundação Bradesco	38	18	56
8	Fundação Furg	37	0	37
9	Fundação Pensamento Digital	33	19	52
10	Fundação Projeto Pescar	33	19	52
11	Fundação Semear	33	14	47
12	Fundação Fijo	31	1	32
13	Fundação Sol	29	1	30
14	Fundação Unicruz	29	1	30
15	Fundação Fatec	29	20	49
16	Fundação Hospital de Ensino Rio Grande	25	6	31
17	Fundação Universidade Caxias do Sul	25	0	25
18	Fundação Fundatec	25	0	25
19	Fundação de Cardiologia	24	0	24
20	Fundação Fadern	23	0	23
21	Fundação Fundae	20	0	20
22	Fundação Arteccla	20	0	20
23	Fundação Valiati	20	0	20
24	Fundação Atila Taborda	18	0	18
25	Fundação Fesdep	16	0	16
26	Fundação Educac. João XXIII	16	0	16
27	Fundação Sogipa	15	0	15
28	Fundasul	15	0	15
29	Fundação Zeri	15	0	15
30	Fund.Univ.Federal Rio Grande	15	16	31
31	Fundação Famergs	14	0	14
32	Fundação Servidores Sesi	14	0	14
33	Fundação Faesp	14	0	14

OBS	FUNDAÇÕES	ITI_VOL	ITI_OB	ITI
34	Fundação Angelo Bozzetto	14	0	14
35	Fundação Pão dos Pobres	12	14	26
36	Fundação Fesdt	12	0	12
37	Fundação Sinodal	12	0	12
38	Fundação Mário Martins	12	0	12
39	Fundação Fé e Alegria	11	0	11
40	Fundação Simão Bolivar	11	0	11
41	Fundação Casa das Artes	10	0	10
42	Fundação Abramo Eberle	8	13	21
43	Fundação Marcopolo	8	0	8
44	Fundação Feeng	8	0	8
45	Fundação Fucapis	7	0	7
46	Fundação Funcefet	4	0	4
47	Fundação Unimed	20	35	55
48	Fundação Fapergs	17	35	52

ANEXO F – Relação de Indicadores Obrigatórios

	1 - SIM E 0 – NÃO	1	2	3	4
	<i>ITENS OBRIGATÓRIOS</i>				
1	Balanço Social	0	0	0	0
2	Balanço Patrimonial	0	0	0	0
3	Demonstração de Superavit ou Deficit	0	0	0	0
4	Demonstração de Fluxos de Caixa	0	0	0	0
5	Mutações do Patrimônio Social	0	0	0	0
6	Notas Explicativas	0	0	0	0
7	Parecer de Auditoria	0	0	0	0
8	Inventário de Elementos Patrimoniais	0	0	0	0
9	Demonstração de Isenções Previdenciárias	0	0	0	0
10	Ícone de acesso aos relatórios	0	0	0	0
11	Valor das Doações	0	0	0	0
12	Valor das Subvenções	0	0	0	0
13	Publicação na imprensa oficial	0	0	0	0
14	Remessa -demonstrações aos interessados	0	0	0	0
15	Disponibilização das demonstrações aos usuários	0	0	0	0
16	Comunicação que as DRE estão à disposição	0	0	0	0
17	Segregação de contas de receitas e despesas por atividade	0	0	0	0
18	Informação s/critérios de apuração das receitas e despesas	0	0	0	0
19	Descrição das obrigações de longo prazo	0	0	0	0
20	Valor da origem dos ingressos	0	0	0	0
21	DMPL Demon.Mutações Patrimônio Social	0	0	0	0
22	DOAR Dem. de Origens e Aplicações Recursos	0	0	0	0
23	Demonstração do Valor Adicionado	0	0	0	0
24	Demonstração do Resultado do Exercício	0	0	0	0
25	Relatório da Administração	0	0	0	0
26	Informação às partes interessadas	0	0	0	0

ANEXO G – Relação de Indicadores Voluntários

	1 - SIM E 0 – NÃO	1	2	3	4
	<i>ITENS VOLUNTÁRIOS</i>				
1	História da entidade	0	1	1	0
2	Relatório de Atividades	0	0	0	0
3	Metas e Objetivos	0	0	0	0
4	Fatores críticos de sucesso (plano de ação)	0	0	0	0
5	Eventos importantes no ano	0	1	1	0
6	Demonstrativo das Despesas	0	0	0	0
7	Tem Estrutura Organizacional	0	0	0	0
8	Investimentos em RH	0	0	0	0
9	Sumário dos Resultados Históricos	0	0	0	0
10	Demonstrativo das Receitas	0	0	0	0
11	Custo da atividade de captação de recursos	0	0	0	0
12	Evidenciação dos recursos com finalidade exclusiva	0	0	0	0
13	Transparência das atividades	0	0	0	0
14	Tem canal de sugestões	0	0	0	0
15	Tem divulgação dos projetos	0	1	0	0
16	Número de Funcionários remunerados	0	0	0	0
17	Número de voluntários e horas dedicadas	0	0	0	0
18	Satisfação dos usuários dos serviços	0	0	0	0
19	Satisfação dos funcionários	0	0	0	0
20	É vinculado a outra entidade	0	0	0	0
21	Políticas e Projetos de Investimento	0	0	0	0
22	Resultados e desempenho projetados	0	0	0	0
23	Divulga sumários de resultados anteriores	0	0	0	0
24	Informações gerais disponíveis no <i>Website</i>	0	1	0	0
25	Declaração da missão da organização	0	1	0	0
26	Destinação de Recursos Captados	0	0	0	0
27	Número de beneficiários	0	0	0	0
28	Políticas de Investimento	0	0	0	0
29	Contatos por telefone	0	1	1	0
30	Contatos por email	0	1	1	0
31	Tem patrocinadores/financiadores	0	0	0	0
32	Tem descrição dos membros da diretoria	0	0	1	0
33	Tem subsídios do governo	0	0	0	0

	1 - SIM E 0 – NÃO	1	2	3	4
	<i>ITENS VOLUNTÁRIOS</i>				
34	Tem atualização do Site	0	0	0	0
35	Aceita sugestão de novos projetos	0	0	0	0
36	Oferece a possibilidade de fazer doação <i>online</i>	0	0	0	0
37	Número de Reuniões anuais dos órgãos	0	0	0	0
38	Temas que tratam das reuniões anuais	0	0	0	0
39	Informações em outro idioma	0	0	0	0
40	Tem Notícias financeiras	0	0	0	0
41	Tem analistas no <i>site</i>	0	0	0	0
42	Oferece visualização do código de ética	0	0	0	0
43	Relatório de Sustentabilidade	0	0	0	0
44	Relatório de Impacto no meio ambiente	0	0	0	0
45	Divulgação Financeira	0	0	0	0
46	Acesso às Instalações Físicas	0	0	1	0
47	Informações operacionais e administrativas	0	0	0	0
48	Divulgação dos nomes dos membros da adm.	0	0	0	0
49	Atualização semestral (relatórios)	0	0	0	0
50	Atualização mensal (relatórios)	0	0	0	0
51	Atualização trimestral (relatórios)	0	0	0	0
52	Atualização anual (relatórios)	0	0	0	0
53	Divulgada a aprovação de despesas	0	0	0	0
54	Seleção de membros da organização	0	0	0	0
55	Existência de Organograma	0	0	1	0
56	Grau de cumprimento dos objetivos através das atividades realizadas	0	0	0	0
57	Principais financiadores das receitas	0	0	0	0
58	É divulgada a seleção de fornecedores	0	0	0	0
59	Divulga critério de seleção de projetos	0	0	0	0
60	Mapa do site	0	0	0	0
61	Caixa de Busca	0	1	1	0
62	Declaração de renda	0	0	0	0
63	Carta do presidente	0	0	0	0
64	Assinatura do presidente	0	0	0	0
65	Assinatura do auditor	0	0	0	0
66	Responsabilidade Social	0	0	0	0
67	Existe algum questionário <i>online</i>	0	0	0	0
68	Tem cursos a oferecer	0	1	1	0

	1 - SIM E 0 – NÃO	1	2	3	4
	<i>ITENS VOLUNTÁRIOS</i>				
69	Prestação de Contas	0	0	0	0
70	Tem depto. de recursos humanos	0	0	0	0
71	Existe <i>link</i> de satisfação dos usuários	0	0	0	0
72	Número de doadores	0	0	0	0
73	Tem projetos na página	0	0	0	0
74	Há registro <i>online</i> p/novos doadores	0	0	0	0

APÊNDICE C – RELAÇÃO DAS 361 FUNDAÇÕES CADASTRADAS NO
MINISTÉRIO PÚBLICO