

PARTICIPAÇÃO FEMININA NO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO E REPUTAÇÃO CORPORATIVA: ANÁLISE NAS EMPRESAS LISTADAS NA B3

Ana Raquel Raulino Tomaz¹, Ítalo Carlos Soares do Nascimento²

RESUMO

Diante da crescente participação feminina no mercado de trabalho e, consequentemente, nas funções de alta relevância, o presente estudo tem como objetivo geral analisar a associação entre a participação feminina no conselho de administração e a reputação corporativa, a partir de uma análise realizada em 82 das 100 empresas listadas no Brasil, Bolsa, Balcão (B3), com maior valor de mercado, de acordo com os dados do exercício de 2017, disponíveis na base Economática®. De natureza quantitativa, a pesquisa descritiva utilizou técnicas da estatística descritiva, teste de diferenças entre médias e a análise de correspondência simples. A participação feminina é medida pela proporção do número de mulheres presentes no conselho de administração em relação ao total de seus membros titulares, enquanto a *proxy* da reputação corporativa é mensurada a partir da participação da empresa no Monitor Empresarial de Reputação Corporativa (*Ranking Merco*). Os resultados da pesquisa revelaram que (i) empresas com reputação corporativa são as que mais possuem membros femininos no conselho de administração; (ii) empresas sem participação feminina no conselho de administração estão associadas ao grupo daquelas sem reputação corporativa. Observou-se que das 82 empresas analisadas, 47 possuem membro feminino no conselho, das 53 empresas que não possuem reputação corporativa, apenas 26 possuem membros femininos no conselho e das 29 empresas que possuem reputação corporativa, 21 possuem membros femininos no conselho.

Palavras-chave: Conselho de Administração. Reputação Corporativa. Participação Feminina.

1 INTRODUÇÃO

O fortalecimento do mercado de capitais, institui um dos fatores decisivos do crescimento e desenvolvimento econômico das nações. O movimento de Governança Corporativa (GC) surgiu com a forte disposição mundial de abertura dos capitais empresariais, além dos significativos problemas relacionados à ausência de controle interno e de transparência informacional, se voltando para o aperfeiçoamento do sistema de controle e acompanhamento das relações entre os *stakeholders* das empresas, aspirando ampliar sua confiabilidade e seu acesso a recursos, de forma a propiciar seu fortalecimento e, portanto, o das específicas nações (OMAN, 2001).

A adesão de boas condutas de governança corporativa auxilia a diminuir a assimetria informacional, fortificar a competitividade e a efígie da empresa no mercado de capitais, e ainda possibilita o desenvolvimento do seu desempenho, propósito fundamental restringir divergências de interesses entre os fornecedores de capital e os gestores (SOUZA; MURCIA; MARCON, 2011).

¹ Bacharelanda em Ciências Contábeis pela UFERSA.

² Professor Substituto na UFERSA. Mestrando em Administração e Controladoria pela UFC.

A influência de um sistema de governança corporativa consolidado, provido de um conjunto de bons hábitos de governança e de um conselho de administração bem organizado, tem sido marcada como importante para o alinhamento de propensões entre propriedade e controle (YOUNG; et al., 2008). O conselho de administração é o principal mecanismo de acompanhamento da gestão (BOYD; HAYNES; ZONA, 2011; DENIS; MCCONNELL, 2003). Visto que tem a missão de impedir prejuízos e impasses que podem manifestar-se devido a mudanças nos padrões de domínio e controle (LEAL; OLIVEIRA, 2002), apresentando um importante papel em direcionar a estratégia empresarial e influenciar nas decisões corporativas. Dentre essas estratégias está a busca pela reputação corporativa (WESTPHAL; ZAJAC, 1995).

Conforme a Teoria da Sinalização, os informes são difundidos com o objetivo de mitigar as divergências de interesses, resolvendo problemas oriundos da assimetria de informações entre a empresa e seus *stakeholders* (SPENCE, 1973). Deste modo, ao notificar para seus *stakeholders* que vêm lidando também com base nas suas preferências, isto é, que além de se afligir em expor boa *performance* econômica, se preocupa do mesmo modo com as situações da sociedade e com a proteção ao meio ambiente, tendo como exemplo, a empresa obtém um julgamento assertivo para a construção de uma boa reputação corporativa. Destarte, baseado no que declara a Teoria da Sinalização, a conduta das partes interessadas sofre influência, conforme os sinais assertivos que as empresas expõem ao mercado (DE LUCA et al, 2015).

O conselho de administração exerce o papel de assessoramento sobre a GC para que essa possa de fato monitorar, além do desempenho da organização, sua reputação corporativa (KOLK, 2008). Dessa forma, a composição do conselho é primordial para o desenvolvimento de estratégias organizacionais para que estas possam se valorizar perante a sociedade e mercado empresarial.

As pesquisas sobre gênero começaram nos séculos XVII e XVIII (GOMÁRIZ, 1992). Desde então, o crescimento de estudos nesse âmbito está gradativamente vasto e tem discorrido de temas associados à incorporação feminina no mercado de trabalho e nas instituições. Os assuntos salariais e ocupacionais e as dificuldades encaradas pelas mulheres quando visam atingir funções de alta gestão também tem se tornado assunto de estudo (ECCEL, 2009).

Dinâmicas realizadas por mulheres nas salas de reuniões e laboração de funções de maior relevância institucional podem conceber uma conduta mais sistematizada, concedendo uma maior gestão corporativa, a participação do gênero feminino tem apresentado uma elevação nos CA's e que esta participação tem um resultado assertivo sobre o crescimento da empresa, propiciando ações com mais cuidado e maior governança corporativa (SINGH; VINNICOMBE, 2004; LOW; ROBERTS; WHITING, 2015).

Desta forma, alguns estudiosos estrangeiros pesquisaram a performance financeira de empresas holandesas, distinguindo-as pela existência ou não de mulheres. Como consequência, resultou-se que empresas que apresentam mulheres nas funções de diretoria tiveram performance financeira melhor as que não dispunham. Em contrapartida, pesquisaram também a influência da pluralidade do conselho sobre a performance financeira das organizações, tiveram como consequências uma relação negativa e estatisticamente significativa da porcentagem de mulheres no conselho sobre a performance financeira, lembrando que o crescimento da atuação de mulheres no conselho conseguirá ser contra proveitoso para a empresa e encaminhar para uma baixa performance financeira.

No cenário brasileiro as pesquisas sobre a temática são escassas, havendo, portanto, a necessidade de uma investigação. Além disso, o estudo tem como base os preceitos da Teoria da Sinalização, onde se é posto que em um mercado considerado eficiente, é imprescindível que a informação esteja acessível para todos os agentes, para que os mesmos possam tomar as decisões mais coerentes, com o intuito de superestimar seus lucros, demandando assim uma relação favorável entre o desempenho de uma empresa e a elevação de informações por ela viabilizada. Desta forma, o estudo torna-se relevante, à medida em que avança na discussão sobre os constructos, considerando-se que o relacionamento entre reputação corporativa e participação feminina é incipiente no Brasil.

Diante das evidências teóricas apresentadas, emerge a seguinte questão-problema: **Qual a associação entre a participação feminina e a reputação corporativa em empresas listadas na B3?** Destarte, constitui objetivo deste estudo analisar a associação entre a participação feminina e a reputação corporativa em empresas listadas na B3.

O diferencial do estudo está em inserir na governança corporativa a variável diversidade de gênero, através da participação feminina no Conselho de Administração e o seu relacionamento com a reputação corporativa, que é visualizada como um recurso estratégico, que concebe valor para os seus acionistas, concluindo-se que uma boa ou má concepção dos mesmos causa impacto no desempenho da empresa. Assim, o estudo apresenta implicações e reflexões ao analisar se a presença do gênero feminino no Conselho de Administração contribui para uma melhor reputação corporativa de organizações brasileiras.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Governança Corporativa e o Conselho de Administração

O princípio da governança corporativa se abanca basicamente nas pesquisas de Berle e Means (1932) e Jensen e Meckling (1976), ao observarem os problemas resultantes da divisão entre a propriedade e o controle, também chamado de conflito de agência (DANI et al., 2017). De acordo com Bianchi (2005) a governança corporativa serve para originar um grupo de mecanismos para monitoração e domínio da gestão, proporcionando que a conduta dos gestores no íntimo da empresa esteja equiparada com o interesse dos acionistas.

A governança corporativa relaciona-se à disposição de direitos e obrigações entre as partes com atuação na empresa (AOKI, 2001). Segundo o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa [IBGC] (2009) o sistema de governança corporativa corresponde ao conjunto de práticas e relacionamentos entre proprietários, conselho de administração, diretoria e órgãos de controle por meio da qual as organizações são geridas e controladas. Ainda de acordo com o IBGC, as boas condutas de Governança Corporativa alinham os interesses de proprietários e *stakeholders*, resguardando e otimizando o valor da organização, ensejando seu acesso ao capital, o que favorece diretamente para longevidade das empresas, visto que provê da estrutura para supervisionar o comportamento idealizado o que gera confiança, ocasionando em menor custo de capital e uma maior utilização eficaz dos recursos.

Andrade e Rossetti (2009) enfatizam os conceitos elementares da governança corporativa: a transparência (*disclosure*), a equidade (*fairness*), a prestação de contas (*accountability*) e a atribuição social (*compliance*). O primeiro deles é um dos mais significativos, e está referente à evidenciação dos acontecimentos, ponderando-se a defesa das preferências das empresas. A equidade sugere que a empresa distinga os confrontos de propensões e providencie solvê-los acatando de modo igual às partes. A prestação de contas aduz a veiculação de demonstrativos com qualidade, em que os *stakeholders* podem alcançar esclarecimentos oportunos para subvencionar suas decisões. E a responsabilidade social instrui as empresas a atuar em consonância com as normas.

O conselho de administração exerce papel fundamental na governança corporativa, em que prerrogativas legais impostas ao conselho de administração vão desde admitir, destituir e designar compensações a gestores (CUNHA; PICCOLI, 2017; WILLIAMSON, 1985). É o órgão defensor dos interesses dos proprietários com atos estratégicos e que se encontra em todas as empresas de capital aberto, de cunho deliberativo, e introduzido por profissionais designado pelos próprios acionistas (DUTRA; SAITO, 2002; ROSSETTI e ANDRADE, 2014).

A principal missão do conselho de administração é preservar e valorizar o patrimônio, assim como maximizar o retorno do investimento (GONDRIGE; CLEMENTE; ESPEJO, 2012). Arfken et al. (2004) propõem que os conselhos de administração exercem uma variedade de papéis, englobando a provisão de continuação das empresas, através da escolha e apontamento do novo diretor, que gerenciará a organização. O conselho rege por finalidades e políticas grandes demonstrando as contas de todos os gastos e fluxo nos fundos da organização.

A diversidade apresenta conceito vasto, englobando entre outros grupos, o de gênero, sendo um fator significativo para o alcance de maiores resultados nas empresas. Nas reuniões dos conselhos de administração pode acarretar benefícios, como melhor experiência e formação ao grupo, ocasionando em uma variação de visões nas tomadas de decisões ou soluções de problemas, que podem não acontecer ocasionalmente em um conselho de administração similar, sucedendo o pensamento de grupo. A diversificação viabiliza uma gestão mais competente, deixando o conselho mais independente, contudo, pode ocasionar maiores conflitos ao grupo e decisões mais complicadas (CARDOSO et al., 2007; ROST; OSTERLOH, 2009; ALVARÉ; SÁNCHEZ; DOMINGUEZ, 2010).

A diversidade de gênero possui efeitos positivos notáveis na governança do conselho. As mulheres portam-se de modo divergente dos homens, especialmente, na exigência de atendimento de reuniões. Os debates à volta do gênero feminino no conselho de administração têm mostrado um aumento. Entretanto, a presença da mulher no conselho é analisada em todo o mundo como inferior, esta pluralidade de gêneros tem sido uma das maneiras achadas de aperfeiçoar o conselho de administração, pois este averigua a atuação do gestor e com essa diversificação as formas de inspeção sob diferenciadas visões, tornam-se um conselho mais questionador e desafiador, é um assunto recente nas discussões da governança corporativa no Brasil, mas que começa a ganhar intensidade à medida que uns países exercem regras impostas adesões voluntárias à influência feminina na alta administração (ADAMS; FERREIRA, 2008; GROSVOLD, 2011; YI, 2011; IBGC, 2011).

Conforme salientam Kellen et al. (2013) e Dezso e Ross (2012), a participação feminina é propícia para as organizações por mostrarem naturezas comportamentais que pendem instigar positivamente as atividades dos conselhos de administração por exemplo: conversação, afinidade, repulsão ao risco, procura pelo consenso, postura mais democrática. As pesquisas pautadas à diversidade começaram a se aglutinar na delegação feminina nos conselhos e em condição de alta gerência pertinente ao aumento de mulheres nessas funções (FACCIO et al., 2016).

2.1.1 Teoria da Sinalização e Reputação Corporativa

Em um ambiente de concorrência no mercado e mais imposição dos consumidores, a cada dia se torna mais dificultoso para as empresas potencializarem os resultados e a sua riqueza. Para isso, recorrem a diversas atitudes, capazes de distingui-las das demais. Essas ações possuem o objetivo de atingir os diversos *stakeholders*, já que eles que concederão, por intermédio de experiências diretas e/ou indiretas, particularidades diferentes às empresas, tornando-se distintas uma das outras (DALMÁCIO et al., 2013; GOTSI; WILSON; 2001).

Fideles e Cândido (2006) asseguram que a informação exerce papel essencial na definição e execução da estratégia, sendo um difusor de avaliação de performance. Baseado na Teoria da Sinalização, essas informações são chamadas “sinais”, que, conforme Spence (1973), são atividades ou atributos, que programados ou imprevistos, modificam opiniões ou difundem informações para outros, sendo uma fonte de comunicação segura para os *stakeholders* (SPENCE, 2002).

Destarte, essa teoria pode ser identificada nos mercados em que as empresas estão introduzidas e existe a demanda de várias informações, essencialmente por meio dos *stakeholders*, que forçam para conhecer a prática sustentável de suas atividades (CASTRO; SIQUEIRA, MACEDO, 2010; SARKIS; GONZALEZ-TORRE, ADENSO-DIAZ, 2010; CONCEIÇÃO; DOURADO; SILVA, 2012), base para o processo decisivo (STIGLITZ, 2002). Constata-se que a Teoria da Sinalização pretende uma relação positiva entre o comportamento da empresa e o grau de sua informação privada informada ao mercado, que tem sido continuamente expandida nos relatórios anuais, através de estratégias de sinalização (DAINELLI; BINI; GIUNTA, 2013).

É evidente o permanente crescimento das pressões sob as quais as entidades ficam expostas no mercado, seja por parte dos clientes, adversários, investidores e órgãos reguladores, seja pela sociedade em geral. Tal conjuntura expõe o interesse dos *stakeholders* pelos atos e condutas das organizações. Assim, pode-se declarar que o atual cenário

mercadológico requer das empresas a obtenção de uma boa imagem diante dos *stakeholders*, bem como o seu aperfeiçoamento, pois tal imagem consistirá a reputação corporativa, do qual podem emanar vários benefícios, mostrando a melhor performance e a vantagem competitiva (CARDOSO et al., 2013).

A reputação corporativa consiste no conjunto de características organizacionais, discurridos ao longo do tempo, que impressiona a maneira como os *stakeholders* notam a empresa com bom comportamento corporativo (ROBERTS; DOWLING, 2002). Consequentemente, esse conceito tem sido fator importante no método de gestão, visto que permite às empresas um diferencial competidor fundamental no contexto de globalização e acirrada concorrência. Por esse ponto de vista, alguns estudos enfatizam que a conquista e conservação de uma boa reputação permite proveitos ante os concorrentes e decorrente evolução no desempenho (OMBRUN; SHANLEY; 1990; ROBERTS; DOWLING, 2002; THOMAZ; BRITO, 2010, CAIXETA et al., 2011).

Segundo Andrade (2005), a reputação corporativa tem sido governada para conseguir a boa vontade de outros públicos além do comprador, como a imprensa, o governo, as comunidades, que são as metas preferenciais da tarefa de elaboração de reputação. Além de que, uma organização com reputação consolidada consegue ganhar em influência tática criando alianças com outras empresas, objetivando consolidar sua cadeia produtiva e aumentar o seu campo de atuação.

Rosa (2011) atenta que a reputação corporativa não é algo que se pode acondicionar em um cofre, a salvo de ataques ou investidas hostis, “reputação é um ativo e, como qualquer ativo, é necessário laborar incessantemente para que se retenha assertivo, até mesmo para que possa servir de embasamento ou reserva na possibilidade de uma crise”.

2.2 Participação Feminina no Conselho de Administração

O mundo está modificando-se e nunca antes se acreditou tanto na importância da competência de trabalho da mulher. Em seus atributos mais importantes, a destreza em trabalhar em equipe e a persuasão estão alcançando cada vez mais os espaços que antes eram apenas masculinos. Há anos as mulheres estão lutando para serem respeitadas diante da sociedade, procurando que a habilidade de produzir feminina faça-se a mesma do homem e que não exista mais preconceito nem opressão. O esforço dos movimentos feministas é incessante para que homens e mulheres possuam, de fato, direitos iguais e mesmo com objeções, às vezes, a passos lentos, vem gerando efeitos positivos (PROBST, 2003).

Carter et al. (2003) revelam que diretores mulheres podem ter maior percepção do que os homens em determinados segmentos de negócios, e isso pode ampliar a criatividade e qualidade da gestão. Além de que, as mulheres em função de alta gerência incentivam o crescimento da carreira de outras mulheres em condições mais baixas dentro das companhias, incentivando e aumentando o compromisso organizacional (SMITH; SMITH; VERNER, 2005).

No mercado europeu, Rose (2007) averiguou a relação entre a diversidade do conselho e desempenho financeiro para empresas elencadas no mercado dinamarquês, em que se notou uma relação irrelevante. Campbell e Vera (2008) certificam por meio de sua pesquisa que a diversidade de gênero mensurada pela porcentagem de mulheres nos conselhos administrativos das empresas está associada com ganhos econômicos quanto maior a diversidade nas entidades.

No Brasil, o estudo do assunto também causa expressivo interesse entre os pesquisadores e os adeptos do assunto. Oliveira, Gaio e Bonacim (2009) reconheceram uma tendência de melhor evidência das mulheres, e que as organizações estão se disponibilizando a encarar os resultados dessa atual conjuntura e aumentar o enfoque diretivo e o método decisivo para a introdução dos valores femininos, respeitando a compreensão das mulheres tanto nas questões sociais quanto naquelas de gênero organizacional. Já Belghiti-Mahut e Lafont (2010), no mercado acionário francês, atestaram que a participação feminina tende a aprimorar o desempenho financeiro.

A presença de mulheres nos conselhos é minúscula, contudo as empresas cujos conselhos contavam com pelo menos um membro do sexo feminino tiveram atuação de mercado consideravelmente superior aos das demais (FRAGA; SILVA, 2012). Incitados por esses resultados, países como a Bélgica, Espanha, França, Holanda, Itália e Malásia, igualmente instauraram leis estabelecendo cotas destinadas para mulheres em empresas com ações negociadas em bolsa (IBGC, 2013). Através de avaliação em painel, no intervalo de 1992 a 2004, observaram-se as organizações com Chief Executive Officer (CEO) feminino ofereciam o mesmo desempenho que empresas com CEO do sexo masculino, no mercado americano, chegando ao resultado que o gênero do CEO implica no desempenho das organizações, visto que organizações com CEO feminino contiveram melhor performance e menor grau de risco do que empresas administradas por CEO masculino (KHAN; VIEITO, 2013). Averiguou-se também o desempenho financeiro de empresas holandesas, caracterizando-se pela presença ou não de mulheres. Como resultado, comprovou-se que empresas com a participação feminina nas funções de diretoria apresentaram desempenho financeiro excelente as que não possuíam (Luckerath-Rovers, 2013).

No Brasil, são escassas as pesquisas que averiguaram o impacto da presença feminina nos conselhos de administração (ALMEIDA; KLOTZLE; PINTO, 2013). Lazarreti et al. (2013) verificaram a formação dos conselhos de administração, por gênero, das ações inerentes à 99 empresas mais líquidas, elencadas na BM&FBOVESPA no ano de 2011. Suas conclusões revelaram uma baixa participação feminina nos conselhos, somente 5,4%. Complementarmente, de 836 posições efetivas nos conselhos, só 45 delas foram preenchidas pelo gênero feminino. Marinova, Plantenga e Remery (2015) mostram que as mulheres são divergentes, especialmente são mais avessas ao risco e focam na perspectiva de longo prazo.

Em contrapartida no Brasil, até então não existe nenhum regulamento a respeito de cotas para o gênero feminino no conselho de administração. Entretanto, nota-se um primeiro passo nesse sentido com o projeto de lei 112/2010, em tramitação, estabelecendo aos conselhos das empresas públicas, sociedades de economia mista e outras empresas controladas pela União uma porcentagem mínima de 40% de mulheres em sua constituição até o ano de 2022. A finalidade básica desse projeto de lei é fazer-se eficaz a presença feminina na formação dos conselhos administrativos, para procurar retificar distorções na evolução feminina aos cargos executivos (SILVA JÚNIOR; MARTINS, 2017).

À vista disso, os estudos evidenciados constatarem que a diversidade de gênero nas empresas até então é ínfima, no entanto concedem bons resultados para as empresas e, como resultado disso se deve a aspectos históricos, visto que as mulheres têm obtido gradativamente maiores espaços no mercado de trabalho e ao mesmo tempo visam se especializar, utilizando as cadeiras do ensino superior.

2.3 Estudos empíricos anteriores e formulação da hipótese do estudo

A literatura mais atual sobre governança corporativa tem trabalhado amplamente a sua ligação com a performance empresarial, tanto no âmbito nacional quanto no estrangeiro, considerando como amostra a complexidade setorial CATAPAN; COLAUTO, 2014; FERREIRA et al., 2013; LEAL; CARVALHAL-DA-SILVA, 2005; LIU; UCHIDA; YANG, 2012; ROSSONI; MACHADO-DA-SILVA, 2013; VIEIRA et al., 2011.

Algumas pesquisas procuraram associar a presença feminina nos conselhos com outras variáveis. O estudo de Huse, Nielsen e Hagen (2009) mostrou que as conselheiras podem colaborar especialmente com o controle da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e os controles estratégicos. Posteriormente Bear, Rahman e Post (2010) da mesma forma constataram relação entre a participação feminina nos conselhos, a RSC e a reputação da firma. O estudo insinua que as mulheres exercem um papel significativo para melhorar a reputação corporativa, colaborando para a RSC da empresa.

No Brasil, o estudo do tema também causa importante interesse entre os pesquisadores setorial do assunto. Oliveira, Gaio e Bonacin (2009) verificaram uma tendência de melhor reconhecimento das mulheres, e que as organizações estão se disponibilizando a encarar os resultados desse atual cenário e aumentar o aspecto diretivo e o método decisivo

para a introdução dos valores femininos, entendendo concepção das mulheres tanto nos pontos sociais como naquelas de espécie organizacional.

Shilton, McGregor e Tremaine (2010) expressaram que ter mulheres capacitadas nos CAs possuiria um resultado assertivo na empresa, pois lhes consentiria chegar a uma base abrangente de clientes e aprimoraria a tomada de decisão. Além disto, consentem que tanto o grau de investimento realizado pelas mulheres como acionistas e seu domínio de compra como consumidoras concede uma forte justificativa para performance delas no CA.

Conforme Black, Carvalho e Sampaio (2014), as enormes mudanças positivas na economia brasileira, no último decênio, transformam a governança corporativa, no Brasil, um bom objeto de estudo. Para esses autores, o forte desenvolvimento e a estabilidade econômica obtidos pelo país nesse espaço, coligados ao *status* de grau de investimento alcançado e a revitalização do mercado de ações, tornaram o mercado brasileiro mais possível e vistoso para as empresas e os investidores.

De Oliveira Lima et al. (2015) observaram a relação entre os diversos níveis de governança corporativa das empresas e o crescimento do seu valor de mercado, isto é, averiguaram se, para níveis mais altos de governança, há maior desempenho econômico. Nesse estudo, obtidos indícios de que empresas elencadas nos níveis mais altos do mercado diferenciado dispõem maior desempenho econômico, avaliado em termos de variação média do valor de mercado.

Domingos e Moura (2015) analisaram a associação entre a reputação corporativa e a performance das melhores companhias abertas do Brasil. Baseado nos resultados do teste adotado, nenhum indício pode ser deduzido sobre a associação entre reputação corporativa e desempenho.

3 METODOLOGIA

O estudo, que tem por propósito investigar a associação entre a participação feminina e a reputação corporativa em empresas listadas na B3 S.A., qualifica-se como descritivo, com abordagem quantitativa, utilizando-se como técnica a análise documental. De acordo com Gil (2002), o estudo descritivo tem por propósito fundamental a definição das particularidades de determinada população, fenômeno ou, então instituição de relação entre as variáveis. Quanto à perspectiva quantitativa, Marconi e Lakatos (2003) asseguram que essa abordagem tem por finalidade a coleta sistemática de informações sobre populações, programas ou amostragens de populações e programas, através do emprego de instrumentos estatísticos para análise dos dados.

De caráter documental onde inicialmente, será recorrida à análise de conteúdo, aplicada aos documentos das empresas, em especial ao Formulário de Referência, de onde são extraídos os dados de participação feminina, demandados na análise. Com a análise de conteúdo, informações suplementares são fornecidas ao pesquisador, que percorre as fases de pré-análise (seleção do material), exploração do material (documentos), tratamento dos resultados, inferência e interpretação (BARDIN, 2011).

Amostra engloba as 100 empresas listadas na B3 S.A com maior valor de mercado, de acordo com dados extraídos do Economática®. A amostra final resultou em 82 empresas, após exclusão de empresas que não possuíam os dados necessários para a análise. Inicialmente, foi recorrida à análise de conteúdo, aplicada aos documentos das empresas, em especial ao Formulário de Referência, de onde foram extraídos os dados de participação feminina, demandados na análise. Com a análise de conteúdo, informações suplementares são fornecidas ao pesquisador, que percorre as fases de pré-análise (seleção do material), exploração do material (documentos), tratamento dos resultados, inferência e interpretação (BARDIN, 2011).

A variável independente, constituinte da participação feminina, sua métrica, a fonte de coleta dos dados e a base teórica estão demonstrados no Quadro 1.

Quadro 1 – Operacionalização da variável independente (participação feminina)

Variável	Métrica	Fonte de coleta	Fundamentação
----------	---------	-----------------	---------------

Participação Feminina	Proporção do número de mulheres presentes no conselho dividido pelo número total de membros	Formulário de Referência Item 12.5/6	Boulouta (2012); Glass, Cook e Ingersoll (2015)
-----------------------	---	--------------------------------------	---

Fonte: Elaborado pela autora.

Para atender ao objetivo proposto, a amostra foi distribuída em dois grupos: a) empresas com reputação, com base na participação em pelo menos um dos seguintes *rankings* – edições de 2017, com base em informações de 2016 – 1) Guia Exame Maiores e Melhores empresas do Brasil, 2) 150 Melhores Empresas Para Trabalhar – Você S/A, 3) Ranking Imprensa – As Empresas Mais Sustentáveis Segundo a Mídia, e 4) *Ranking* Merco – Monitor Empresarial de Reputação Corporativa; e b) empresas sem reputação. Portanto a reputação de cada empresa será mensurada à partir de sua participação em pelo menos um dos quatro *rankings* mencionados, sendo estes os índices e *rankings* mais utilizados em pesquisas nacionais (CARDOSO; DE LUCA; GALLON, 2014; LIMA et al., 2015; LOPES et al., 2017).

A variável dependente (reputação corporativa) é dicotômica (*dummy*), na qual será distribuído 0 (zero) para empresas sem reputação – as que não possuem participação no ranking Merco – e 1 (um) para empresas com reputação.

Foram incrementadas algumas medidas de controle para neutralizar efeitos que também podem impactar a análise. São as seguintes variáveis: Tamanho (logaritmo natural do Ativo Total) e Endividamento (Exigível/Patrimônio Líquido), obtidas a partir de dados coletados na base Economatica®; Participação no Novo Mercado (NM) e Presença de Comitê de Sustentabilidade, obtidas a partir do FR e Carteiras do Índice de Governança Corporativa (CARDOSO; DE LUCA; GALLON, 2014; GUIMARÃES; PEIXOTO; CARVALHO, 2017; LOPES et al., 2017).

Com o intuito de responder à questão suscitada nesta investigação e de atender aos seus objetivos, os dados foram analisados por meio das seguintes técnicas estatísticas: Teste de Diferenças entre Médias e Análise de Correspondência Simples. Esta última, segundo Fávero et al. (2009), exibe as associações entre determinado conjunto de variáveis em um mapa perceptual, no qual se permite o exame da visualização de qualquer padrão nos dados. As análises foram processadas com o auxílio do pacote estatístico *Statistic Package for Social Sciencies* (SPSS) – versão 22.0.

4 RESULTADOS

A Tabela 1 mostra a distribuição quantitativa das empresas por grupo, especificando, para cada grupo, o número de empresas que possuem membro feminino na composição do conselho de administração.

Tabela 1 – Distribuição de empresas por abrangência de membro feminino no conselho

Grupo de empresas	Participação feminina no conselho de administração		
	Nº de empresas	Nº de empresas com membro feminino no conselho	Proporção (%)
Grupo 1 – Empresas sem reputação	53	26	49,05
Grupo 2 – Empresas com reputação	29	21	72,41
Total	82	47	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme pode ser observado na Tabela 1, das 82 empresas da amostra, 47 possuem membro feminino no conselho de administração (57,31%). No Grupo 1 (Empresas sem reputação corporativa), destaca-se que das 53 empresas, apenas 26 possuem membro feminino no conselho, o correspondente a 49,05%. Com relação às 29 empresas do Grupo 2 (Empresas com reputação corporativa), 21 possuem mulheres no conselho de administração,

o que corresponde a 72,41%. Dessa forma, os dados revelam que as empresas com reputação corporativa são as que mais possuem membros femininos no conselho de administração.

A existência de mulheres nos conselhos corporativos pode indicar para os *stakeholders* que a empresa presta atenção às mulheres e minorias, sendo dessa maneira, socialmente responsável (BEAR; RAHMAN; POST, 2010). A diversidade de gênero pode atingir o cargo de monitoramento do conselho de gestão. Ter mais mulheres no conselho destaca o conhecimento deste, ampliando a gama de experiência profissional (HILLMAN; CANNELLA; HARRIS, 2002).

Nesta perspectiva, cabe destacar os achados de Davi et al. (2010), que investigaram os impactos dos gêneros do CEO na disposição para o mercado e *performance* em uma amostragem de pequenas e médias empresas de serviços. Os resultados encontrados indicam que mulheres que dirigem as empresas tem um resultado consideravelmente superior devido à sua orientação para o mercado mais forte com relação às lideradas por homens. Os resultados demonstram ainda que as empresas chefiadas pelo gênero feminino foram rapidamente superiores do que os seus equivalentes masculinos.

Para o alcance do objetivo, em seguida, procedeu-se a estatística descritiva das variáveis analisadas, por grupo empresarial: Participação, Tamanho, Endividamento, Governança Corporativa e Comitê de Sustentabilidade (Tabela 2).

Tabela 2 – Estatística descritiva das variáveis

Variável		Média
Participação Feminina	Sem Reputação	0,0943
	Com Reputação	0,1177
Tamanho	Sem Reputação	20,0059
	Com Reputação	22,5099
Endividamento	Sem Reputação	2,7357
	Com Reputação	3,0211
Governança Corporativa	Sem Reputação	0,585
	Com Reputação	0,552
Comitê de Sustentabilidade	Sem Reputação	0,208
	Com Reputação	0,207

Fonte: Dados da pesquisa.

Para a variável participação feminina, na Tabela 2, verifica-se, em média, uma maior participação entre empresas com reputação corporativa (11,77%). Já a média de participação feminina das empresas sem reputação corporativa foi de 9,43%. Observa-se, em média, a presença de maior tamanho entre as empresas com reputação (22,50%). Quanto à estrutura de capital, percebe-se maior endividamento entre as empresas com reputação (3,02%). Entretanto, quanto a participação nos níveis diferenciados de Governança Corporativa, verifica-se a maior média do grupo de empresas sem reputação, mesmo que pouco representativa (0,58%) contra 0,55% do grupo de empresas com reputação. Por fim, quanto a presença de Comitê de Sustentabilidade nas companhias, constata-se também uma pequena maior média no grupo de empresas sem reputação corporativa.

O Instituto Brasileiro de Governança Corporativa [IBGC] (2011) acredita que a diversidade de gênero nos conselhos de administração é um tema novo nos debates da GC no Brasil, mas que começa a obter efeitos conforme alguns países adotam diretrizes necessárias ou adesões alternativas à presença feminina na alta administração.

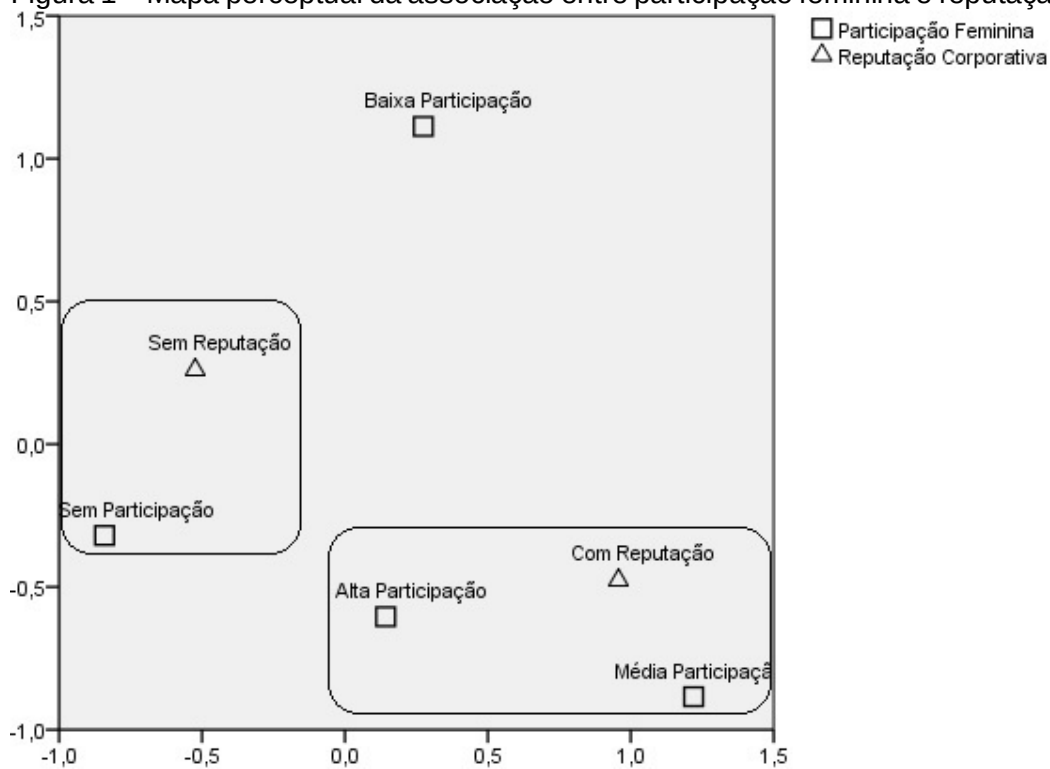
Maza e Cristóbal (2009) debatem que a diversidade vertical por gênero é insistente e comum a diversas situações socioeconômicas, e que se apresenta na limitada proporção de mulheres nas deliberações de cúpulas das organizações empresariais. Estudos apresentam que a ascensão das mulheres é mais custosa do que a dos homens e esse obstáculo é ainda mais existente nos cargos de maior hierarquia (STEIL, 1997; MAN; SKERLAVAJ; DIMOVSKI, 2009).

Pichler, Simpson e Stroh (2008) demonstraram que até mesmo cargos de gerência como no setor de Recursos Humanos, tidos “femininos”, mostram duas vezes mais probabilidades de serem ocupados por homens do que por mulheres. No ponto de vista de Steil (1997), a ausência de oportunidade às mulheres nas organizações, pode ser reflexo de valores dos grupos masculinos, que julgam os postos de chefia lugares inadequados para o gênero feminino.

Songini e Gnan (2009) ressaltam que a diversidade é uma questão que evidencia tanto as grandes empresas quanto as PME (Pequenas e Médias Empresas). Miller e Triana (2009), contudo, sugerem que empresas grandes apresentam com maior assiduidade mulheres para a posição de conselheira, do que as PME.

Na sequência, foi realizado o teste Qui-Quadrado, para se analisar a associação entre as variáveis participação feminina e reputação corporativa. O teste apresentou resultado significativo (significância de até 1%), possibilitando a realização da análise de correspondência simples. Observada a significância dos resultados, analisa-se a associação entre participação feminina e reputação corporativa, a partir do mapa perceptual (Figura 1).

Figura 1 – Mapa perceptual da associação entre participação feminina e reputação corporativa



Fonte: Dados da pesquisa.

No mapa da Figura 1, verifica-se que as empresas sem participação feminina no conselho de administração estão associadas ao grupo daquelas sem reputação corporativa. Por sua vez, as empresas com média e alta participação estão associadas ao grupo de empresas com reputação corporativa. Por fim, as empresas com baixa participação não apontaram associação com nenhum dos grupos empresariais considerados.

Em linhas gerais, os dados sugerem de que há uma associação positiva entre a participação feminina no conselho de administração e a reputação corporativa de empresas brasileiras.

A diversidade de gênero pode afetar a função de monitoramento do conselho de gestão. Possuir mais mulheres no conselho enfatiza o conhecimento deste, expandindo a gama de experiência profissional (HILLMAN; CANNELLA; HARRIS, 2002). De acordo com Singh e Vinnicombe (2004), atividades empreendidas por mulheres nas salas de reuniões e

desempenho de funções de maior relevância organizacional podem criar um comportamento mais elaborado, possibilitando uma melhor gestão corporativa.

Por fim, para analisar diferenças significativas entre a participação feminina das empresas com reputação e sem reputação corporativa, aplicou-se o teste entre médias para amostras independentes de Mann-Whitney (Tabela 3). Através dos testes de Kolmogorov-Smirnov e Shapiro-Wilk, certificou-se que quase nenhuma das variáveis apresentou distribuição normal, já que o p-valor dos testes foi inferior a 0,05, justificando-se, assim, a utilização do teste não paramétrico.

Tabela 3 – Teste não paramétrico de Mann-Whitney

Participação Feminina	Nº de empresas	Mann-Whitney	Wilcoxon W	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Sem Reputação Corporativa	53				
Com Reputação Corporativa	29	589,000	2020,000	-2,032	0,042 (*)

(*) Significante a 1%.

Fonte: Dados da pesquisa.

Com base nos resultados exibidos na Tabela 3, nota-se que há diferenças significativas entre as empresas com reputação e as sem reputação corporativa quanto à variável participação feminina. Ou seja, os dados sugerem que nas empresas com reputação corporativa ocorre uma maior participação feminina. Esse resultado corrobora os achados da literatura que sugere uma relação significativa entre Governança Corporativa e o Desempenho Econômico Financeiro, quando mediado pela diversidade de gênero, dessa maneira um conselho mais diversificado pode ocorrer um melhor monitoramento dos gestores; em virtude do aumento de sua independência nas decisões, bem como o aumento do desempenho (DANI; PICOLO; KLANN, 2016).

Segundo Low et al. (2015) a presença de mulheres na direção possibilita maior fortalecimento de governança corporativa, respostas rápidas, ampliando assim o desempenho organizacional das corporações. Através de uma postura atuante, a mulher procura comprovar o que Morrison et al. (1987) já declaravam: as mulheres executivas não são divergentes dos executivos homens em termos de competência, além disto, elas são mais voltadas às pessoas, menos autoritárias e possuem um modelo de gestão mais interativo, portanto, não existiria razões para possuírem menos oportunidades de preencher esses cargos do que os homens.

Adams e Ferreira (2009) enunciaram que as mulheres diretoras instituem um impacto expressivo sobre os insumos e resultados da empresa; confirmaram também que as diretoras possuem melhores registros de atendimento do que os diretores; e notaram que as mulheres são mais voltadas a se localizar em atividades de monitoramento.

A Teoria da Sinalização trata da clareza, visto que os sinais emitidos pelas empresas procuram diminuir a assimetria informacional, expandir a *performance* empresarial, conduzindo-os a uma maior confiabilidade (DAINELLI; BINI; GIUNTA, 2013). Em um contexto de assimetria informacional, a Teoria da Sinalização supõe que as empresas publicam informações, designadas “sinais”, com o objetivo de obter confiabilidade, destacando-se das demais e obtendo melhor *performance*. Portanto, as empresas com melhor reputação corporativa provavelmente emitem melhor seus sinais ao mercado (DAINELLI; BINI; GIUNTA, 2013; DALMÁCIO ET AL., 2013; FREITAS ET AL., 2013).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo objetivou investigar analisar a associação entre a participação feminina e a reputação corporativa em empresas listadas na B3. Para atingir esse objetivo optou-se por realizar procedimentos descritivos, em uma perspectiva quantitativa, de acordo com dados extraídos do Economática®.

Os resultados apontam que, de modo geral, empresas com reputação corporativa são as que mais possuem membros femininos no conselho de administração; já as empresas sem participação feminina no conselho de administração estão associadas ao grupo daquelas sem reputação corporativa.

Através da estatística descritiva, os resultados indicam que das 82 empresas da amostra, 47 possuem membro feminino no conselho de administração (57,31%). No Grupo 1 (Empresas sem Reputação Corporativa), das 53 empresas, apenas 26 possuem membro feminino no conselho, o que corresponde a 49,05%. No Grupo 2 (Empresas com Reputação Corporativa), das 29 empresas, 21 possuem mulheres no conselho de administração.

Através da Análise de Correspondência Simples, em linhas gerais, os dados sugerem uma associação positiva entre participação feminina e reputação corporativa. Dessa forma, os resultados obtidos no presente estudo aceitam a hipótese geral de que há uma associação positiva entre a participação feminina no conselho de administração e a reputação corporativa de empresas brasileiras.

Por fim, com a aplicação do Teste não paramétrico de Mann-Whitney, constatou-se que há diferenças significativas entre as empresas com reputação e as sem reputação corporativa quanto à variável participação feminina. Ou seja, os dados sugerem que nas empresas com reputação corporativa ocorre uma maior participação feminina.

Nota-se a necessidade de presença de mais mulheres no conselho de administração, tendo em vista que esse espaço mantém-se com predominância masculina, o que dificulta a participação das mesmas nos espaços de tomada de decisão envolvendo a alta gestão, indicando que a desigualdade de gênero permanece latente, embora existam estudos que mostrem resultados positivos da relação de presença de mulheres em vários setores da empresa e o seu respectivo crescimento.

O diferencial do estudo está em inserir na governança corporativa a variável diversidade de gênero, através da participação feminina no Conselho de Administração e o seu relacionamento com a reputação corporativa, assim, o estudo apresenta implicações e reflexões ao analisar se a presença do gênero feminino no Conselho de Administração contribui para uma melhor reputação corporativa de organizações brasileiras.

Considerando as limitações relativas a este trabalho, recomenda-se a produção de novas pesquisas com dados de anos pregressos e seguintes aos abordados no presente estudo para fins de confrontação, tanto dos dados relacionados à constituição de gênero dos CAs, quanto a reputação corporativa das empresas.

Dada a atualidade e relevância do tema na literatura brasileira, podem ser elaborados outros estudos, tornando-se um incentivo aos demais pesquisadores a seguir na linha de pesquisa sobre essa temática, que tem sido vastamente pesquisado e tem conseguido cada vez mais espaço no meio acadêmico.

REFERÊNCIAS

AGUILERA; R. V.; KURT A. D. "Challenges in the measuring of comparative corporate governance: a review of the main indices." *West Meets East: Building Theoretical Bridges*. Emerald Group Publishing Limited, p. 289-322, 2012.

ALMEIDA, F.T et al. Governança Corporativa e Desempenho Empresarial: Uma Análise nas Empresas Brasileiras de Construção e Engenharia. **Gestão e Regionalidade**, v. 34, n.100, 2018.

BANDEIRA, M.T.S.S et al. Reputação Corporativa Negativa e o Desempenho Empresarial. **Revista de Contabilidade e Organizações**, vol. 9, p. 72-83, 2015.

BERND, D.C; ANZILAGO, M; BEUREN, I.M. Presença do Gênero Feminino entre os Discentes dos Programas de Pós-Graduação de Ciências Contábeis no Brasil. **REPEC-Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, vol.11, n.4, p.408-429, 2017.

BRANDÃO, I. F; CRISÓSTOMO, V.L. Concentração de Propriedade e Qualidade da Governança Corporativa da Empresa Brasileira. **Revista Brasileira de Finanças**, vol.13, n.3, p. 438-472, 2015.

BRANDÃO, I. F; CRISÓSTOMO, V.L. Estrutura de propriedade e política de dividendos da empresa brasileira. In: XVIII SemeAD, 17. **Anais...** São Paulo, SP, 2015.

BRANDÃO, I. F.; VASCONCELOS, A. C.; DELUCA, M. M. M.; CRISOSTOMO, V. L. composição do conselho de Administração nas empresas brasileiras e a sensibilidade da remuneração dos seus executivos ao desempenho. In: XVII ANPCONT, 17. **Anais...** Belo Horizonte, MG, 2017.

CARDOSO, V.I.C et al. Reputação Corporativa nas Empresas Brasileiras: Uma Questão Relevante para o Desempenho Empresarial? **Revista Contemporânea de Contabilidade**, vol.10, n.21, p.115-136, 2013.

CAVALCANTE, D.S.; TEODÓSIO, I.R.M.; DE LUCA, M.M.M. Valores Culturais das Empresas Preferidas pelas Mulheres Brasileiras e suas Correlações com a Reputação e Governança Corporativa. **ENGEMA – Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente**, 2017.

CUNHA, P.R.; PICCOLI, M.R. Influência do Board Interlocking no gerenciamento de resultados. **Revista de Contabilidade e Finanças – USP**, v. 28, n.74, p.179-196, 2017.

DANI, A.C et al. Características do Conselho de Administração e o Desempenho Empresarial das Empresas Listadas no Novo Mercado. **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, v. 7, n. 1, p. 29-47, 2017.

DANI, A.C; PICOLO, J.D; KLANN, R.C. Influência da Diversidade de Gênero da Relação entre Responsabilidade Social e Governança Corporativa com o Desempenho das Empresas Brasileiras. **ENGEMA – Encontro Internacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente**, 2016.

DE LUCA, M.M.M et al. Reputação Corporativa e a Criação de Riqueza nas Empresas Listadas na BM&FBovespa. **Revista de Ciências da Administração**, vol. 17, n. 42, p. 51-63, 2015.

FERREIRA, T.M; CUNHA, J.S; SANTOS, P.S.A. Diversidade de Gênero v.s. Governança Corporativa: Análise Empírica entre as Maiores Cia. De Capital Aberto do Brasil. **Congresso UNB de Contabilidade e Governança**, 2015.

JUNIOR, C.P.S; MARTINS, O.S. Mulheres no Conselho Afetam o Desempenho Financeiro? Uma Análise da Representação Feminina nas Empresas Listadas na BM&FBOVESPA. Sociedade, Contabilidade e Gestão. In: Congresso USP de Contabilidade e Controladoria, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2015.

LAY, L.A.; GONÇALVES, M.; CUNHA, P.R. Relação entre Gênero no Conselho de Administração e no Comitê de Auditoria com o *Audit Delay*. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 14, n. 33, p. 118-139, 2017.

LAZARETTI, K.; **A Participação Feminina nos Conselhos de Administração das Empresas Brasileiras: Uma Análise das Características de Formação e Experiência Profissional à Luz da Teoria do Capital Humano**. 131 fls. 2012. Tese (Mestre em Administração) – Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu, 2012. Disponível em:

<http://www.periodicos.ufes.br/ppgadm/article/view/4059/3817> Acesso em: 05 de janeiro 2019.

LIMA, L. C.; DOMINGOS, S. R. M.; VASCONCELOS, A. C. Reputação e Qualidade da Governança Corporativa das Companhias Abertas Brasileiras. **R. Adm. FACES Journal Belo Horizonte**, v. 14, n. 2, p. 8-43, 2015.

LOPES, A. C et al. Disclosure Socioambiental, Reputação Corporativa e Criação de Valor nas Empresas Listadas na BM&FBOVESPA. **Revista Ambiente Contábil**, vol. 9, n. 1, 2017.

OLIVEIRA, M.C et al. Práticas de Governança Corporativa Adotadas por Companhias Fechadas Brasileiras e Alinhamento às Demandas do Mercado de Capitais. **BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos**, vol. 10, n. 3, 2013.

OLIVEIRA, S.E.L; NASCIMENTO, I.C.S; SILVA, J.D. Desafios e Perspectivas do Mercado de Trabalho para a Mulher Contabilista. **Revista Conhecimento Contábil**, vol.2, n.1, p. 1-17, 2016.

OLIVEIRA, C. **A participação feminina nos conselhos de administração e o desempenho corporativo: Um estudo sobre as empresas listadas na BM&FBOVESPA de 2002 a 2011.** Disponível em: <http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/00000A/00000AAF.pdf> Acesso em: 06 de janeiro 2019. ROCHA, G.A.P.; CONTANI, E.A.R.; RECO, T.L.S. Governança Corporativa e Desempenho das Ações de Empresas do Setor de Consumo e Varejo. **Revista Contemporânea de Economia e Gestão**, v.15, n.3, 2017.

RODRIGUES, D.S et al. Diferenças entre Gênero, Etnia e Perfil Socioeconômico no Exame Nacional de Desempenho do Estudante do Curso de Ciências Contábeis. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, vol.14, n.33, p. 101-117, 2017.

SANTANA, L.M et al. Relação entre Disclosure Socioambiental, Práticas de Governança Corporativa e Desempenho Empresarial. **Organizações em Contexto, São Bernardo do Campo**, vol.11, n.21, p.49-72, 2015.

SANTOS, B.; SANTOS, D. C.; SEARA, L. S.; SCARPEN, J. E. Relação da estrutura de capital e a diversidade de gênero no conselho de administração. . In: XVIII SemeAD, 17. **Anais...** São Paulo, SP, 2017.

TAVARES, V.B.; PENEDO, A.S.T.; Níveis de Governança Corporativa da B3: Interesse e Desempenho das Empresas – Uma Análise por meio de Redes Neurais Artificiais. **Revista Contabilidade, Gestão e Governança**, v. 21, n.1, p. 40-60, 2018.