



ISSN on-line: 2238-4170

<http://estacio.periodicoscientificos.com.br/index.php/gestaocontemporanea>

Gestão Contemporânea, v.15, n.2, p. 77-101, nov. 2025.

DOI: 10.5281/zenodo.17834778

## ARTIGO ORIGINAL

### BOAS PRÁTICAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA: UM COMPARATIVO EM FUNÇÃO DA REPUTAÇÃO DAS EMPRESAS LISTADAS NA B3

## ORIGINAL ARTICLE

### GOOD CORPORATE GOVERNANCE PRACTICES: A COMPARATIVE STUDY BASED ON THE REPUTATION OF COMPANIES LISTED ON B3

Andreza Barros Dias<sup>1</sup>

Ana Jeniffer Rebouças Maia<sup>2</sup>

Rodrigo Oliveira Miranda<sup>3</sup>

Universidade Estadual do Ceará - UECE, Brasil

#### Resumo

O estudo tem como objetivo analisar como estão implementadas as boas práticas de governança corporativa em função da reputação das empresas listadas na B3. Utilizando um referencial teórico que inclui as Teorias da Agência e da Sinalização, bem como uma metodologia quantitativa, visando analisar as empresas que participaram do ranking Merco Empresas 2023, o estudo revela que empresas com boa reputação tendem a adotar práticas mais robustas de governança, como conselhos independentes e comitês de auditoria, enquanto aquelas com reputação inferior mostram deficiências no cumprimento dessas práticas. Assim, conclui-se que a transparência e a ética nas práticas de governança são fundamentais para a construção de uma imagem positiva e resiliente no mercado. Portanto, o estudo enfatiza a interconexão entre governança corporativa e reputação, sugerindo que boas práticas de governança são essenciais para a sustentabilidade e o sucesso das organizações na B3.

**Palavras-chave:** Governança corporativa. Reputação. Ranking Merco.

#### Abstract

The study aims to analyze how good corporate governance practices are implemented in relation to the reputation of companies listed on B3. Using a theoretical framework that includes Agency Theory and Signaling Theory, as well as a quantitative methodology, aiming to analyze the companies that participated in the Merco Empresas 2023 ranking, the research reveals that companies with a strong reputation tend to adopt more robust governance practices, such as independent boards and audit committees, while those with a lower reputation show deficiencies in adhering to these practices. Thus, it can be concluded that transparency and ethics in governance practices are fundamental for building a positive and resilient image in the market. Therefore, the study emphasizes the interconnectedness between corporate governance and reputation, suggesting that sound governance practices are essential for the sustainability and success of organizations listed on B3.

**Keywords:** Corporate Governance. Reputation. Ranking Merco.

<sup>1</sup> Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade Unichristus. E-mail: [diasandrezab@gmail.com](mailto:diasandrezab@gmail.com).

<sup>2</sup> Doutora e mestre em Administração e Controladoria (PPAC), pela Universidade Federal do Ceará (UFC). E-mail: [anajeniffer@gmail.com](mailto:anajeniffer@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutor em administração de empresas; Mestre em administração e controladoria, aperfeiçoamento em controladoria e gestão empresarial; Professor Adjunto na Universidade Estadual do Ceará (UECE). E-mail: [ro.miranda87@hotmail.com](mailto:ro.miranda87@hotmail.com).

## INTRODUÇÃO

A transparência é essencial para as empresas de capital aberto, especialmente diante da crescente complexidade das operações e da diversidade de *stakeholders*, demandando um gerenciamento que vá além da simples maximização de lucros (Silva, 2018). Nesse contexto, a governança corporativa tornou-se um tema central no debate sobre o desenvolvimento e a sustentabilidade das organizações, especialmente em um cenário de crescimento acelerado e globalização (Silva, 2015).

Nos últimos anos, com a expansão do mercado de ações no Brasil, muitas empresas adotaram práticas de governança não apenas para cumprir requisitos legais, mas também para se diferenciarem e fortalecer sua imagem perante investidores (Lima, 2021). Ainda que as companhias de capital aberto sejam obrigadas a divulgar informações ao público, a governança corporativa é fundamental para qualquer organização que busca expansão. Segundo Zago (2014), ela consiste em práticas e políticas que visam direcionar e controlar a organização, promovendo transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade (IBGC, 2023).

Práticas sólidas de governança ajudam a alinhar os interesses dos acionistas aos objetivos de longo prazo, especialmente devido à separação entre propriedade e gestão, conceito central na Teoria da Agência, que reconhece conflitos de interesse entre proprietários e gestores (Amaral, 2011; Jensen; Mecking, 2000). A implementação de mecanismos de governança é crucial para mitigar esses conflitos e garantir decisões alinhadas às expectativas dos acionistas (IBGC, 2023).

Além disso, práticas de governança atuam como sinais emitidos para *stakeholders*, reforçando a reputação da organização. Segundo Shah (2021), essa relação pode ser explicada pela Teoria da Sinalização, que mostra como as empresas comunicam sua confiabilidade por meio de suas ações. Ao adotar práticas transparentes e éticas, a empresa envia sinais positivos ao mercado, fortalecendo sua reputação e atraindo investimentos, além de reduzir riscos (Pinheiro, 2017).

A reputação corporativa, por sua vez, é a percepção coletiva sobre uma organização, moldada por suas práticas e resultados (Silva, 2015). Ter uma boa reputação é um ativo estratégico, contribuindo para fidelização de clientes, retenção de talentos e atração de investimentos (Silva, 2011). Amaral (2011) destaca que

empresas que adotam boas práticas de governança tendem a ser mais valorizadas, enquanto aquelas que negligenciam esses princípios podem sofrer impactos negativos na imagem e na saúde financeira.

Diante disso, o estudo busca responder: Como as boas práticas de governança corporativa estão implementadas em relação à reputação das empresas listadas na B3? A análise visa identificar características e estratégias que contribuem para uma reputação sólida e compreender como a governança influencia a percepção do mercado (Tavares, 2018). Como objetivos específicos, propõe-se caracterizar o perfil das empresas quanto às práticas de governança e comparar aquelas com maior e menor reputação.

A escolha de investigar esse tema justifica-se pela importância de entender como a governança impacta a confiança dos stakeholders e o desempenho organizacional no mercado brasileiro, especialmente na comparação entre empresas com diferentes níveis de reputação. Essa análise pode ajudar a identificar desafios enfrentados por organizações com práticas ineficazes, possibilitando o desenvolvimento de estratégias para melhorar sua imagem e confiança do mercado.

Este trabalho está estruturado em cinco seções, sendo a primeira introdutória, seguido pelo referencial teórico, que está dividido em três subseções. Na terceira seção, são expostos os procedimentos metodológicos do trabalho. A quarta seção destina-se à apresentação, interpretação e análise dos resultados obtidos no estudo. Por último, a quinta seção resume as principais conclusões do trabalho e apresenta as sugestões para pesquisas futuras.

## **REFERENCIAL TEÓRICO**

### **REPUTAÇÃO CORPORATIVA À LUZ DAS TEORIAS DA AGÊNCIA E DA SINALIZAÇÃO**

A reputação corporativa é um ativo intangível fundamental que influencia a percepção dos *stakeholders* e a relação da empresa com o ambiente (Oliveira, 2019). Ela resulta de ações consistentes e responsáveis, funcionando como um capital simbólico que pode facilitar a resolução de crises e fortalecer vínculos com o público (Silva; Martins, 2015).

A relação entre reputação e confiança é evidenciada por estudos que mostram que empresas com boa reputação tendem a apresentar melhor desempenho financeiro e atrair gestores mais comprometidos, o que ajuda a alinhar os interesses entre acionistas e gestores, reduzindo conflitos de agência (Fombrun; Shanley, 1990; Assunção, 2017).

Nesse contexto, a Teoria da Agência, de Jensen e Meckling (2000), explica os conflitos entre acionistas (principais) e gestores (agentes), propondo mecanismos de monitoramento e incentivos para alinhamento de interesses (Machado; Fernandes; Bianchi, 2016).

Por outro lado, a Teoria da Sinalização, de Michael Spence (1973), ajuda a entender como as empresas transmitem sinais de qualidade para superar a assimetria de informações no mercado. Empresas que investem em práticas éticas e sustentáveis enviam sinais de competência, reforçando sua reputação e a confiança dos stakeholders (Oliveira, 2019; Silva, 2021). Esses sinais atuam como mecanismos de seleção, distinguindo empresas de alta qualidade das de baixa, promovendo um ambiente de mercado mais eficiente (Sant'anna, 2015). Assim, a integração das teorias evidencia que a reputação não é apenas um ativo valioso, mas uma ferramenta estratégica na gestão de relacionamentos e na sustentação do sucesso organizacional (Dalmácio, 2021).

## GOVERNANÇA CORPORATIVA E REPUTAÇÃO DA EMPRESA

Nos últimos anos, a governança corporativa tornou-se central na estratégia e na reputação das organizações (Fernandes, 2020). Definida por Crisóstomo (2019) como o conjunto de práticas e políticas que regulam a administração, controle e direção de uma empresa, ela influencia significativamente a percepção pública e a reputação, especialmente em um ambiente de negócios cada vez mais competitivo (Vieira, 2019).

Consumidores e *stakeholders* estão mais atentos às práticas de governança, valorizando princípios como transparência, responsabilidade social e accountability, que fortalecem a confiança e melhoram a imagem da empresa (Oliveira, 2021). A transparência é um aspecto fundamental na relação entre governança e reputação.

Empresas que divulgam informações de forma clara e precisa reduzem incertezas e riscos percebidos, construindo uma reputação sólida e confiável (Macedo, 2012).

Segundo Eccles, Ioannou e Serafeim (2014) e Oliveira (2021), práticas transparentes elevam a percepção positiva no mercado. Fombrun e Van Riel (2004) reforçam que organizações bem reputadas são mais resilientes durante crises, destacando a importância de práticas que priorizem integridade e responsabilidade. Dessa forma, a governança corporativa não é apenas uma exigência regulatória, mas uma estratégia essencial para construir e manter a reputação (Oliveira, 2021).

Por outro lado, organizações com má reputação frequentemente apresentam práticas de governança deficientes, o que pode refletir práticas de negócios questionáveis e uma falha na ética corporativa (Macedo, 2012; Michael e Linda, 2006). A ausência de conselhos independentes e eficazes também é comum em empresas mal reputadas, dificultando a supervisão adequada e facilitando comportamentos inadequados (Shleifer e Wolfenzon, 2002). Além disso, a dificuldade em atrair investidores e parceiros que valorizem boas práticas de governança cria um ciclo vicioso, onde a má reputação dificulta a adoção de melhorias estruturais, agravando ainda mais a situação (Fombrun, 1996). Assim, a relação entre reputação negativa e práticas de governança fracas é autoalimentada, reforçando a necessidade de reestruturação e melhorias nesse campo para reverter esse ciclo (Oliveira, 2021).

Tendo em vista a relevância da governança corporativa e da reputação da empresa no cenário atual, bem como para a literatura, alguns estudos já foram realizados para discutir a evolução de tais temáticas. O artigo de Eriqat, Tahir e Zulkafli (2023) investiga a relação entre os mecanismos de governança corporativa e a reputação de empresas financeiras listadas na região do MENA (Middle East and North África). Os resultados indicam que a independência do comitê de auditoria tem um efeito positivo significativo na reputação corporativa, enquanto a concentração de propriedade apresenta uma correlação negativa, sugerindo que a governança corporativa é um fator determinante na percepção das partes interessadas sobre as empresas na região.

Prudêncio e Crisóstomo (2020) realizaram um estudo que teve como objetivo analisar a influência da governança corporativa e da estrutura de propriedade na

reputação corporativa das empresas brasileiras. Os resultados mostraram que as empresas brasileiras apresentam uma baixa reputação no *ranking Merco*, enquanto estão acima da média no *ranking Reprtrak*, o que indica uma controvérsia entre esses dois índices, que, por sua vez, não demonstraram correlação entre si. Em conclusão, a estrutura de propriedade das empresas brasileiras se destaca como um fator relevante na percepção dos *stakeholders*, tendo a capacidade de influenciar a reputação corporativa.

A pesquisa de Cintra e Ornellas (2019) teve como objetivo analisar a interseção entre comunicação organizacional e governança corporativa na formação da imagem e reputação de marcas cidadãs, buscando entender como essas práticas podem contribuir para a construção de uma identidade organizacional ética e responsável. Os resultados indicaram que a comunicação organizacional, quando alinhada a princípios de governança, pode efetivamente promover uma imagem positiva, ao passo que a adoção de boas práticas de governança corporativa se revela essencial para que as empresas sejam percebidas como cidadãs.

Rossoni e Guarido Filho (2015) objetivaram analisar como os mercados diferenciados (status), o conselho de administração e as características organizacionais influenciam a reputação das empresas de capital aberto no Brasil. Os resultados indicaram que o capital social dos conselhos de administração, mediado por laços fracos, está relacionado a empresas com reputação destacada. Além disso, observou-se que a rentabilidade e o tamanho da empresa têm uma associação positiva com a reputação.

Desse modo, considerando a revisão de literatura aqui exposta, a partir da perspectiva da temática exposta, para alcançar os objetivos propostos, apresenta-se na seção posterior os procedimentos metodológicos do presente estudo.

## **METODOLOGIA DE PESQUISA**

No que tange à classificação da pesquisa, esta foi categorizada como descritiva, uma vez que emprega técnicas de coleta de dados com o propósito de descrever minuciosamente as características da população em estudo. No contexto específico deste estudo, a pesquisa foi conduzida por meio de uma pesquisa bibliográfica, proporcionando ao pesquisador acesso direto ao conteúdo escrito

relacionado a um tema específico. Quanto à abordagem metodológica, é relevante sublinhar que a pesquisa se enquadra na categoria quantitativa, utilizando ferramentas que não apenas coletam dados, mas também geram análises quantitativas (Teixeira, 2010).

A população da pesquisa foi constituída pelas empresas que participaram do *ranking* Merco Empresas 2023. O Merco (Monitor Empresarial de Reputação Corporativa) é um importante indicador da reputação empresarial na América Latina, criado em 2000. Assim, dentre as empresas listadas no *ranking*, para delimitação da amostra, foram empregados alguns critérios, tais como: estar listada na B3 (Brasil, Bolsa, Balcão); ser uma empresa não financeira; possuir disponibilidade de dados para o período em análise. Na Tabela 1, mostra-se a composição da amostra com base nos critérios mencionados anteriormente.

**Tabela 1** – Composição da amostra da pesquisa

Operação	Descrição	Quantidade de empresas
=	População (companhias listadas no ranking Merco empresas 2023)	100
(-)	Empresas não listadas na B3	59
(-)	Empresas financeiras	11
(-)	Empresas que não apresentam todos os dados necessários para a pesquisa	02
=	Amostra	28

**Fonte:** Elaborado pela autora.

No que tange à reputação das empresas, foi considerada a pontuação apresentada pelo *ranking*. Foram consideradas como empresas de menor reputação àquelas com pontuação inferior e maior reputação às demais, tendo a mediana como parâmetro.

Para possibilitar a análise da governança corporativa das empresas da amostra, foram consideradas as seguintes características: Tamanho do conselho de administração; Independência dos membros do conselho de administração; Dualidade de funções do CEO; Participação nos níveis diferenciados (Novo mercado, N1 e N2); Presença de comitê de auditoria; Auditoria interna; Implementação de funções de *compliance*, controles internos e riscos corporativos.

A coleta dos dados foi realizada por meio de fonte secundária, posto que os principais dados foram obtidos através de informações disponibilizadas no website da B3. A coleta de informações foi realizada com o objetivo de viabilizar a medida de cada um dos construtos analisados no presente estudo. As informações referentes à reputação e governança corporativa, referem-se ao período de 2023, tendo em vista este ser o período mais recente com dados disponíveis.

Para atender o primeiro objetivo específico, caracterizar o perfil das empresas da amostra quanto à diretrizes de boas práticas de governança corporativa, procedeu-se com a análise qualitativa dos resultados encontrados quando da aplicação das métricas de governança estudadas na presente pesquisa.

Por sua vez, para atender ao segundo objetivo específico, que consiste em analisar comparativamente as boas práticas de governança corporativa em empresas com maior e menor reputação, aplicou-se a estatística descritiva das variáveis de governança corporativa considerando-se os dois grupos de empresas, as com maior e com menor reputação, conforme classificação no *Ranking* Merco Empresas.

## APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A Tabela 2 apresenta a distribuição setorial da amostra em função da reputação das empresas, dividindo-as entre aquelas com maior e menor reputação. No total, foram analisadas 28 empresas, sendo 15 delas classificadas como tendo maior reputação e 13 com menor reputação.

**Tabela 2** – Distribuição setorial da amostra em função da reputação

SETOR	MAIOR REPUTAÇÃO	MENOR REPUTAÇÃO	TOTAL
Consumo cíclico	4	0	4
Bens industriais	3	1	4
Saúde	1	2	3
Consumo não cíclico	3	0	3
Petróleo. Gás e Biocombustíveis	1	2	3
Materiais Básicos	2	3	5
Utilidade Pública	0	3	3
Comunicações	0	1	1
Produtos de uso pessoal	1	0	1
Varejo	0	1	1



TOTAL	15	13	28
-------	----	----	----

**Fonte:** dados da pesquisa.

Os resultados indicam que o setor de Consumo cíclico possui a maior quantidade de empresas classificadas com maior reputação, totalizando 4 empresas, enquanto não apresenta nenhuma com menor reputação. Isso pode estar relacionado ao desempenho positivo e à percepção favorável dos consumidores em relação às marcas que operam nesse setor, que frequentemente estão associadas a experiências de compra mais satisfatórias (Góis, 2015).

No setor de Bens industriais, foram identificadas 3 empresas com maior reputação e 1 com menor reputação, o que sugere uma boa aceitação no mercado, mas também revela que ainda há desafios a serem enfrentados para algumas organizações.

Por outro lado, o setor de Saúde apresenta uma distribuição mais equilibrada, com 1 empresa de maior reputação e 2 de menor reputação. Isso pode refletir a complexidade e a variabilidade das percepções dos consumidores sobre marcas nesse setor, influenciadas por fatores como qualidade do atendimento e resultados clínicos (Ferreira, 2019). Em contraste, o setor de Materiais Básicos apresenta o maior número total de empresas (5), com 2 delas tendo maior reputação e 3 com menor. Essa disparidade pode ser indicativa de um mercado competitivo e desafiador, onde a reputação pode ser afetada por questões como sustentabilidade e práticas de responsabilidade social (Ferreira, 2019).

Além disso, o setor de Utilidade Pública e Comunicações têm um número significativo de empresas de menor reputação (3 e 1, respectivamente), o que pode indicar insatisfação do consumidor ou falhas na prestação de serviços.

A Tabela 3 apresenta a estatística descritiva do número de membros do conselho de administração em função da reputação das empresas. A média de membros do conselho para as empresas de maior reputação é de aproximadamente 9,67, enquanto para aquelas de menor reputação é ligeiramente superior, com média de 9,97.

**Tabela 3** – Estatística descritiva do número de membros do conselho de administração em função da reputação

REPUTAÇÃO	MÉDIA	MÍNIMO	MÁXIMO	DESVIO PADRÃO
MAIOR	9,666666667	7	14	2,125245084
MENOR	9,972132593	7	15	3,081315546

**Fonte:** dados da pesquisa.

A média do número de membros no conselho de administração para as empresas de menor reputação é maior que a das de maior reputação, o que pode indicar que empresas menos reputadas podem ter conselhos mais amplos, talvez em uma tentativa de melhorar sua imagem (Tomaz, 2019). O desvio padrão também é maior entre as empresas de menor reputação (3,08), sugerindo uma maior variação no número de membros do conselho entre estas empresas.

A média do número de membros no conselho de administração das empresas de menor reputação é superior à das empresas de maior reputação, o que pode indicar que as organizações menos reputadas tendem a ter conselhos mais amplos. Essa estratégia pode ser uma tentativa de melhorar sua imagem e gerar maior confiança entre os *stakeholders*.

Além disso, o desvio padrão é maior entre as empresas de menor reputação (3,08), o que sugere uma variação mais significativa no número de membros do conselho entre essas empresas. Essa variação pode refletir a diversidade de abordagens adotadas por essas organizações na busca por credibilidade e legitimidade. Um conselho mais amplo pode ser visto como um esforço para incorporar diferentes perspectivas e experiências, o que, por sua vez, pode ajudar a mitigar riscos e fortalecer a governança. Portanto, a composição e o tamanho do conselho desempenham um papel crucial na percepção pública da reputação da empresa.

A Tabela 4 apresenta a estatística descritiva do número de membros independentes do conselho de administração em função da reputação das empresas.

**Tabela 4** – Estatística descritiva do número de membros independentes do conselho de administração em função da reputação

REPUTAÇÃO	MÉDIA	MÍNIMO	MÁXIMO	DESVIO PADRÃO
MAIOR	4,9375	2	11	2,351418012
MENOR	4,555555556	2	8	2,45515331

**Fonte:** dados da pesquisa.

A média do número de membros independentes para as empresas com maior reputação é de aproximadamente 4,94, com um mínimo de 2 e um máximo de 11. O desvio padrão é de 2,35. Em contraste, as empresas com menor reputação têm uma média de 4,56 membros independentes, com um mínimo de 2 e um máximo de 8. O desvio padrão neste caso é de 2,46, o que sugere uma variação semelhante entre as empresas.

Os dados indicam que as empresas com maior reputação têm um número médio ligeiramente superior de membros independentes em seus conselhos de administração em comparação com aquelas de menor reputação. Isso pode ser um indicativo de uma governança mais robusta e da importância atribuída à independência como um fator de reputação. A presença de membros independentes é frequentemente associada a uma maior transparência e responsabilidade na tomada de decisões, o que pode fortalecer a confiança dos investidores e do público em geral (Teles, 2024).

Além disso, conselhos com uma maior proporção de membros independentes tendem a promover uma supervisão mais crítica e imparcial das práticas da empresa, contribuindo para a mitigação de conflitos de interesse. Essa estrutura não apenas melhora a qualidade das decisões estratégicas, mas também pode ser vista como um sinal positivo pelo mercado, refletindo um compromisso com as melhores práticas de governança. Assim, a diferença no número de membros independentes entre empresas de maior e menor reputação pode ser uma peça-chave na formação da imagem pública e na construção da credibilidade organizacional (Teles, 2024).

O desvio padrão em ambos os grupos é relativamente alto, sugerindo que existem empresas que se afastam significativamente da média, tanto para mais como para menos. Isso pode indicar que algumas organizações estão investindo fortemente em conselhos independentes e diversificados, enquanto outras ainda carecem de uma estrutura de governança que promova a transparência e a confiança.

Essa realidade se reflete nos achados de Rossoni e Guarido Filho (2015), que mostram como as características dos conselhos de administração e o contexto organizacional influenciam a reputação das empresas de capital aberto no Brasil. Observa-se que a adoção de conselhos independentes e diversificados, alinhada a práticas de governança robustas, é fundamental para a construção de uma reputação sólida entre as empresas de capital aberto, mesmo que existam nuances e paradoxos que devem ser considerados na gestão dessa reputação.

A Tabela 5 apresenta a frequência da dualidade de funções do CEO em função da reputação das empresas.

**Tabela 5** – Frequência da dualidade de funções do CEO em função da reputação

REPUTAÇÃO	SIM	NÃO
MAIOR	6	9
MENOR	3	10

**Fonte:** dados da pesquisa.

Observa-se que, nas empresas de maior reputação, 6 delas possuem a dualidade de funções (ou seja, o CEO também desempenha o papel de presidente do conselho), enquanto 9 não possuem essa dualidade. Por outro lado, nas empresas de menor reputação, apenas 3 têm a dualidade de funções, e 10 não a possuem.

Esses dados sugerem que a maioria das empresas, independentemente da reputação, opta por não concentrar as funções de CEO e presidente do conselho em uma única pessoa é uma prática que favorece a governança corporativa, porque permite uma clara separação de responsabilidades e evita a concentração de poder em uma única figura (Moser, 2012).

Essa separação é fundamental para garantir que a supervisão do conselho seja independente e objetiva, possibilitando uma fiscalização mais rigorosa das decisões do CEO. Ao distribuir essas funções, as empresas podem criar um ambiente mais equilibrado, onde as vozes dos membros do conselho podem ser ouvidas de forma mais efetiva, contribuindo para uma tomada de decisão mais informada (Moser, 2012).

Na Tabela 6 é apresentada a participação das empresas da amostra nos níveis diferenciados de governança corporativa em função da reputação.

**Tabela 6** – Participação nos níveis diferenciados de governança corporativa em função da reputação

REPUTAÇÃO	Novo mercado	N1	N2
MAIOR	10	2	3
MENOR	10	0	3

**Fonte:** dados da pesquisa.

Os dados da Tabela 6 mostram que, em relação aos níveis de governança corporativa, tanto as empresas de maior quanto as de menor reputação têm a mesma participação no segmento de Novo Mercado, com 10 empresas em cada grupo. No entanto, no nível N1, as empresas de maior reputação possuem 2 empresas, enquanto as de menor reputação não têm nenhuma. No nível N2, tanto as empresas de maior quanto de menor reputação têm 3 empresas.

A diferença observada no nível N1 indica que as empresas de maior reputação estão mais bem posicionadas em níveis de governança que exigem maiores padrões de transparência e boas práticas, enquanto as empresas de menor reputação podem estar limitadas a estruturas de governança menos rigorosas.

Empresas de maior reputação estão associadas a padrões de governança que promovem transparência e boas práticas, encontrando esse achado respaldo no estudo de Prudêncio e Crisóstomo (2020). Este estudo revela que a concentração de propriedade sob acionistas majoritários tem um impacto negativo na reputação das empresas, enquanto o controle compartilhado resulta em uma influência positiva. Isso reforça a ideia de que estruturas de governança mais rigorosas, que evitam a concentração de poder, são cruciais para a construção de uma reputação sólida. Portanto, ambas as análises concordam que a governança corporativa, ao facilitar a transparência e reduzir conflitos de interesse, desempenha um papel vital na percepção das partes interessadas e na reputação corporativa das empresas.

A Tabela 7 apresenta a frequência da presença de comitê de auditoria em função da reputação das empresas.

**Tabela 7** – Frequência da presença de comitê de auditoria em função da reputação

REPUTAÇÃO	SIM	NÃO
-----------	-----	-----

MAIOR	14	1
MENOR	13	0

**Fonte:** dados da pesquisa.

Observa-se que 14 das empresas com maior reputação possuem um comitê de auditoria, enquanto apenas 1 não o possui. Por outro lado, nas empresas de menor reputação, 13 têm um comitê de auditoria, e nenhuma não possui essa estrutura.

Esses dados indicam que a maioria das empresas, independentemente da reputação, tem um comitê de auditoria, o que é um bom sinal em termos de governança corporativa. No entanto, a proporção de empresas de maior reputação que têm um comitê de auditoria (14 de 15) é significativamente maior em relação àquelas de menor reputação (13 de 13).

Essa diferença pode sugerir que a presença de um comitê de auditoria é um fator que contribui para a reputação das empresas, uma vez que esse comitê é responsável por assegurar a transparência e a integridade das informações financeiras (Gomes, 2023).

Essa ideia encontra respaldo no estudo de Eriqat, Tahir e Zulkafli (2023), que investiga a relação entre mecanismos de governança corporativa e a reputação de empresas financeiras na região do MENA e revela que a independência do comitê de auditoria exerce um efeito positivo significativo na reputação corporativa. Assim, a presença de um comitê de auditoria independente não apenas contribui para a reputação, mas também se alinha com a ideia de que a governança corporativa é um elemento determinante para a percepção positiva das empresas.

Na Tabela 8 é apresentada a frequência da presença de auditoria interna em função da reputação.

**Tabela 8** - Frequência da presença de auditoria interna em função da reputação

REPUTAÇÃO	SIM	NÃO
MAIOR	14	1
MENOR	13	0

**Fonte:** dados da pesquisa.

Os dados da Tabela 8 revelam que, assim como na presença de comitê de auditoria, 14 das 15 empresas de maior reputação possuem auditoria interna,

enquanto apenas 1 empresa não tem essa estrutura. Nas empresas de menor reputação, todas as 13 empresas têm auditoria interna, mas não há nenhuma que não a possua.

A predominância da auditoria interna nas empresas de maior reputação indica uma abordagem proativa em relação à gestão de riscos e à conformidade. A auditoria interna é uma ferramenta essencial para monitorar e melhorar a eficácia dos processos de governança, controle e gestão de riscos. Isso sugere que as empresas mais reputadas investem em garantir que suas operações estejam em conformidade com as melhores práticas e regulamentações (Gomes, 2023).

Embora as empresas de menor reputação também tenham auditoria interna, a eficácia dessa auditoria pode variar. A presença de auditoria interna por si só não garante a qualidade ou a confiabilidade das informações e processos; é crucial que essa função seja bem estruturada e que seus profissionais sejam devidamente qualificados.

O estudo de Eriqat, Tahir e Zulkafli (2023) concorda que a simples existência de mecanismos de governança, como a auditoria interna ou a presença de um comitê de auditoria, não é suficiente para garantir uma boa reputação; é necessário que esses mecanismos sejam bem implementados e que os profissionais envolvidos sejam qualificados para que possam realmente impactar a percepção das partes interessadas.

A Tabela 9 apresenta a frequência da presença dos setores de *Compliance*, controles internos e riscos corporativos em função da reputação.

**Tabela 9** – Frequência da presença dos setores de *Compliance*, controles internos e riscos corporativos em função da reputação

REPUTAÇÃO	SIM	NÃO
MAIOR	15	0
MENOR	13	0

**Fonte:** dados da pesquisa.

Os dados mostram que todas as 15 empresas de maior reputação possuem setores dedicados a essas funções, enquanto as 13 empresas de menor reputação também têm essas estruturas.

A presença universal de setores de *Compliance* e controles internos nas empresas de maior reputação sugere que essas empresas estão comprometidas com práticas de governança robustas e com a mitigação de riscos corporativos. Isso pode ser um reflexo de uma cultura organizacional que valoriza a conformidade e a gestão de riscos, características valorizadas pelos investidores e *stakeholders*. (Forni, 2024).

Por outro lado, a presença semelhante nas empresas de menor reputação levanta questões sobre a eficácia e a implementação de tais estruturas. Embora essas empresas tenham departamentos de *Compliance* e controle, a ausência de uma reputação sólida pode indicar que a eficácia ou a percepção pública desses setores ainda não se traduz em uma imagem positiva no mercado (Forni, 2024).

A análise dos resultados deste estudo, que buscou investigar a relação entre as boas práticas de governança corporativa e a reputação das empresas listadas na B3, revela *insights* significativos sobre a dinâmica do capital reputacional e as estruturas de governança. A pesquisa foi delineada com base em um referencial teórico robusto, incluindo as Teorias da Agência e da Sinalização, que fundamentaram a análise da inter-relação entre governança e reputação.

Os dados coletados e analisados evidenciam que as empresas com maior reputação tendem a adotar práticas de governança mais robustas. Este achado está em consonância com a literatura que relaciona a governança corporativa eficaz com o fortalecimento da confiança dos *stakeholders*, um ativo intangível crucial para a construção da reputação corporativa (Fombrun; Van Riel, 2004; Oliveira, 2021). Empresas com um conselho de administração mais independente e com a presença de comitês de auditoria demonstraram, em média, melhores classificações em termos de reputação, reforçando a ideia de que a transparência e a responsabilidade são pilares fundamentais para a percepção positiva do mercado (Crisóstomo, 2019; Eccles *et al.*, 2014).

Por outro lado, as empresas que apresentaram menor reputação frequentemente demonstraram uma adesão deficiente às práticas de governança



corporativa. A análise indicou que essas organizações, em sua maioria, careciam de um conselho de administração eficaz e independente, bem como de estruturas que garantissem a transparência e a integridade nos processos de tomada de decisão (Macedo, 2012). Tal condição não apenas prejudica a imagem da empresa, mas também a afasta de potenciais investidores e parceiros, criando um ciclo vicioso que perpetua a má reputação (Fitzsimmons, 2017; Oliveira, 2021).

A análise comparativa entre as empresas de maior e menor reputação não só revelou a relevância das práticas de governança, mas também enfatizou como essas práticas são percebidas pelos *stakeholders* como sinais de qualidade e comprometimento ético (Spence, 1973; Shah, 2021). Assim, as empresas que não adotam padrões elevados de governança correm o risco de serem vistas com desconfiança, o que pode comprometer sua posição no mercado e sua capacidade de inovação e crescimento.

Os resultados obtidos neste estudo reforçam a premissa de que boas práticas de governança corporativa são essenciais para a construção e manutenção de uma reputação sólida. A interconexão entre a governança e a reputação destaca a importância de um gerenciamento estratégico que considere as expectativas dos *stakeholders* e promova a transparência, a ética e a responsabilidade social como fundamentos da atuação empresarial. Diante do cenário competitivo e dinâmico do mercado, a adoção de práticas de governança eficazes não é apenas uma questão de conformidade regulatória, mas uma estratégia vital para a sustentabilidade a longo prazo das empresas listadas na B3.

Portanto, a análise dos mecanismos de governança em empresas com maior e menor reputação indica que, embora existam semelhanças em algumas estruturas, as práticas mais robustas e a ênfase em independência, transparência e supervisão são mais pronunciadas nas empresas de maior reputação. Portanto, as empresas que buscam melhorar sua imagem e reputação devem considerar a implementação de práticas de governança mais eficazes, priorizando a transparência, a conformidade e a independência nos conselhos de administração.

A governança corporativa, portanto, não apenas desempenha um papel crítico na operação interna das empresas, mas também pode ser um fator decisivo na construção e manutenção da reputação no mercado.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Este estudo analisou como estão implementadas as boas práticas de governança corporativa em função da reputação das empresas listadas na B3. A pesquisa torna-se particularmente importante por evidenciar como a governança corporativa pode impactar diretamente a percepção do mercado e a credibilidade das organizações.

O objetivo geral foi analisar como estão implementadas as boas práticas de governança corporativa em função da reputação das empresas listadas na B3. Para atingir o objetivo geral, foram delineados os seguintes objetivos específicos: i. caracterizar o perfil das empresas da amostra quanto às diretrizes de boas práticas de governança corporativa; ii. analisar comparativamente as boas práticas de governança corporativa em empresas com maior e menor reputação.

Metodologicamente, adotou-se uma abordagem qualitativa e descritiva, com análise documental de dados secundários. A amostra consistiu em 28 empresas. Os dados foram coletados a partir das demonstrações contábeis dessas empresas para o período de 2023. A reputação foi analisada através da pontuação no ranking Merco Empresas, sendo analisadas as seguintes os seguintes mecanismos de governança corporativa nas empresas da amostra: Tamanho do conselho de administração; Independência dos membros do conselho de administração; Dualidade de funções do CEO; Participação nos níveis diferenciados (Novo mercado, N1 e N2); Presença de comitê de auditoria; Auditoria interna; Implementação de funções de compliance, controles internos e riscos corporativos.

A análise dos mecanismos de governança implementados em empresas com maior e menor reputação revela *insights* significativos sobre as práticas e estruturas que podem influenciar a percepção pública e, conseqüentemente, a reputação corporativa. A distribuição setorial das empresas estudadas (Tabela 2) aponta que setores com maior reputação, como o de Consumo cíclico, tendem a ter uma aceitação mais robusta no mercado, refletindo uma relação positiva com os

consumidores. Em contraste, setores como Utilidade Pública e Comunicações apresentam uma quantidade considerável de empresas com menor reputação, o que sugere a presença de desafios na satisfação do cliente e na prestação de serviços.

Os dados sobre a composição dos conselhos de administração (Tabelas 3 e 4) indicam que, embora as empresas com menor reputação tenham uma média ligeiramente superior de membros em seus conselhos, as empresas de maior reputação se destacam com uma maior proporção de membros independentes. Essa diferença pode ser interpretada como um indicativo de uma governança mais robusta nas empresas de maior reputação, que priorizam a independência e a diversidade no conselho como fatores essenciais para a transparência e a tomada de decisões éticas.

A análise da dualidade de funções do CEO (Tabela 5) mostra que empresas de maior reputação tendem a separar as funções de CEO e presidente do conselho em maior proporção, o que pode contribuir para uma supervisão mais eficaz e a mitigação de conflitos de interesse. Essa prática é muitas vezes vista como uma boa prática de governança que ajuda a construir confiança entre os investidores e o público.

Além disso, as diferenças observadas nos níveis de governança corporativa (Tabela 6) entre as empresas demonstram que aquelas com maior reputação estão mais bem posicionadas em níveis que exigem transparência e boas práticas. A presença de comitês de auditoria e auditoria interna (Tabelas 7 e 8) em uma proporção significativamente maior nas empresas de maior reputação sugere que essas estruturas são vistas como fundamentais para assegurar a integridade e a conformidade das operações, contribuindo para a reputação positiva no mercado.

A presença de setores de *Compliance* e controle (Tabela 9) em ambas as categorias de reputação indica um reconhecimento da importância desses mecanismos. No entanto, a eficácia e a percepção pública do funcionamento desses setores podem ser questionadas nas empresas de menor reputação, sugerindo que ter tais estruturas não é suficiente para garantir uma imagem corporativa positiva.

Os dados evidenciaram que as empresas com maior reputação tendem a adotar práticas de governança mais robustas, destacando-se pela presença de conselhos de administração independentes e comitês de auditoria bem estruturados.

Esses achados são consistentes com a literatura existente que associa a governança corporativa à confiança dos *stakeholders*, um elemento crucial para a consolidação da reputação empresarial.

Empresas com reputação inferior apresentaram uma adesão deficiente às práticas de governança, frequentemente caracterizadas pela falta de estruturas adequadas que assegurassem a transparência e a integridade nos processos decisórios. Este cenário revela um ciclo vicioso que perpetua a má reputação, dificultando a atração de investidores e parceiros comerciais.

Portanto, o estudo reforçou a importância da comunicação proativa e da transparência como elementos essenciais para a construção de relacionamentos sólidos com os *stakeholders*, contribuindo para uma reputação resiliente. A interação entre as práticas de governança e a percepção de qualidade e comprometimento ético pelos *stakeholders* evidencia a necessidade de um gerenciamento estratégico que considere as expectativas desses grupos.

Entretanto, apesar do rigor aplicado na condução da pesquisa, limitações são presentes, destacando-se a delimitação da amostra para apenas as empresas do *ranking* Merco, sendo essa a métrica para reputação corporativa, o que pode explicar a pouca heterogeneidade de resultados encontrados entre as empresas tidas com maior e com menor reputação. Portanto, pesquisas futuras poderiam ampliar a população e o período de análise, além de empregar métricas diferentes para a reputação corporativa.

## REFERÊNCIAS

- ASSUNÇÃO, Renata Rouquayrol; LUCA, Márcia Martins Mendes de; VASCONCELOS, Alessandra Carvalho de. Complexidade e governança corporativa: uma análise das empresas listadas na BM&FBOVESPA. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, Brasil, v. 28, n. 74, p. 213–228, 2017.
- AZEVEDO, Yuri Gomes Paiva; GOMES, Hellen Bomfim; NAKAO, Sílvia Hiroshi. Poison pills e governança corporativa: um estudo no mercado acionário brasileiro. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 15, p. e169831-e169831, 2021.
- BOMFIM, Emanuel Truta do; TEIXEIRA, Wellington dos Santos; MONTE, Paulo Aguiar do. Relação entre o disclosure da sustentabilidade com a governança corporativa: um estudo nas empresas listadas no Ibrx-100. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 10, n. 1, 2015.

CINTRA, Lucas Araujo de Oliveira; ORNELLAS, Regina da Silva. A comunicação organizacional e a governança corporativa na construção de uma imagem e reputação de marca cidadã. **Liceu On-Line**, v. 9, n. 2, p. 88-105, 2019.

CRISÓSTOMO, Vicente Lima; GIRÃO, Aline Maria Coelho. Análise do compliance das empresas brasileiras às boas práticas de governança corporativa. **Revista Ambiente Contábil - Universidade Federal do Rio Grande do Norte**, ISSN 2176-9036, v. 11, n. 2, p. 40-64, 2019.

DALMÁCIO, F. Z.; REZENDE, A. J.; DOS SANTOS, R. B. Mecanismos de Governança Corporativa e recomendações dos analistas de mercado: novas evidências a partir da perspectiva da Teoria da Sinalização. **Revista Universo Contábil**, 16(3), 121–139, 2021.

DANI, Andreia Carpes 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.

DA SILVA, Alini; DE SOUZA, Júlio Cesar Lopes; HEIN, Nelson. Determinantes da adoção do Comitê de Auditoria em empresas brasileiras listadas na B3. **Revista Gestão Organizacional (RGO)**, v. 11, n. 2, 2018.

DA SILVA, Isabella Cristina; DALMÁCIO, Flávia Zóboli. **Relação entre a acurácia das previsões dos analistas e os procedimentos de auditoria**: uma análise no mercado brasileiro. 2020. Disponível em: <https://congress USP.fipecafi.org/anais/20UsplInternational/ArtigosDownload/2544.pdf>. Acesso em: 6 dez. 2024.

DE LIMA, Leticia Cesar et al. Reputação e qualidade da governança corporativa das companhias abertas brasileiras. **Revista de Administração FACES Journal**, v. 14, n. 2, p. 26-43, 2015.

DE QUEIROZ, Jamile Neme; NASCIMENTO, Eduardo Mendes. Evidenciação do capital intelectual e a governança corporativa em empresas que compõem o índice Ibovespa. In: **Congresso Profissional e Acadêmico em Contabilidade PR**. Universidade Federal de Minas Gerais, 2019.

DOS SANTOS, Suse Filipa. **Características individuais do CEO e turnover**. 2016.

DOWLING, Grahame R. **Criando reputações corporativas**: identidade, imagem e desempenho. Oxford; Nova York: Oxford University Press, 2001.

ECCLES, Robert G.; IOANNOU, Ioannis; SERAFEIM, George. The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance. **Management Science**, v. 60, n. 11, p. 2835-2857, 2014.

FERNANDES, N. A. C.; DIAS, W. O.; CUNHA, J. V. A. Governança corporativa no contexto brasileiro: um estudo do desempenho das companhias listadas nos níveis da BM&FBOVESPA. **Revista Organizações em Contexto**, 6(11), 22-44, 2020.

FERREIRA CUNHA, Liliam Vieira; CELESTINO DE LIMA, Adilson; CAVALCANTE JÚNIOR, Florisvaldo Cunha. Políticas de compliance em empresas listadas em níveis diferenciados de governança da B3. **Revista Opara: Ciências Contemporâneas Aplicadas**, v. 9, n. 3, 2019.

FERREIRA, Tânia Kadima Magalhães. **Visão Baseada em Recursos (RBV) na Gestão das Operadoras de Saúde de Autogestão: Necessidade Para Sustentabilidade**. 2019. Dissertação de Mestrado. ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa (Portugal).

FOMBRUN, Charles; SHANLEY, Mark. What's in a name? Reputation building and corporate strategy. **Academy of Management Journal**, v. 33, n. 2, p. 233-258, 1990.

FOMBRUN, C.; VAN RIEL, C. **Fame & Fortune: How Successful Companies Build Winning Reputations**. Financial Times Prentice Hall, 2004. Disponível em: <https://encurtador.com.br/QiB6B>. Acesso em: 30 out. 2024.

FOMBRUN, C. **Reputation: Realizing Value from the Corporate Image**. Harvard Business Review Press, 1996. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?oi=bibs&cluster=6074127190828157195&btnI=1&hl=pt-BR>. Acesso em: 30 out. 2024.

FITZSIMMONS, Anthony; ATKINS, Derek. **Rethinking reputational risk: How to manage the risks that can ruin your business, your reputation and you**. Kogan Page Publishers, 2017.

FORNI, João José et al. **Risco e crise no contexto da comunicação organizacional: artigos e entrevistas de especialistas**. 2024. Disponível em: <https://repositorio.ufsm.br/handle/1/31978>. Acesso em: 15 mar. 2025.

GOMES, Natalia Margarida Fernandes; AZEVEDO, Yuri Gomes Paiva. **Efeito do comitê de auditoria na complexidade da auditoria**. 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufersa.edu.br/bitstreams/2a9d8642-cbde-4580-acfb-56abc51f102a/download>. Acesso em: 15 mar. 2025.

JENSEN, M. C.; Meckling, W. H. **Governança corporativa: teoria da empresa, comportamento gerencial, custos de agência e estrutura de propriedade**. 1ª ed., 2000.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA - IBGC. **Código das melhores práticas de governança corporativa**. 2023. Disponível em: <https://conhecimento.ibgc.org.br/Paginas/Publicacao.aspx?PubId=21138>. Acesso em: 3 set. 2024.

INSTITUTO INFORMATION MANAGEMENT – IIM. **Governança Corporativa: A origem e a importância.** 2018. Disponível em: <https://docmanagement.com.br/11/06/2018/governanca-corporativa-origem-e-importancia/>. Acesso em: 3 set. 2024.

LAY, Luís Antonio; GONÇALVES, Michele; DA CUNHA, Paulo Roberto. 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.

LIMA, Bruna Ariely Barbosa de; QUEIROZ, Raniara Rodrigues de. **O índice de governança tributária em empresas de níveis diferenciados de governança corporativa: uma análise nas empresas no Nordeste do Brasil listadas na B3.** 2021. Trabalho de conclusão de curso. UNIFAMETRO. Fortaleza – CE.

MACHADO, Débora Gomes; FERNANDES, Francisco Carlos; BIANCHI, Márcia. Teoria da Agência e Governança Corporativa: Reflexão acerca da subordinação da contabilidade à administração. **RAGC**, v. 4, n. 10, 2016.

MACEDO, M. A. S.; CORRAR, L. J. Análise comparativa do desempenho contábil-financeiro de empresas com boas práticas de governança corporativa no Brasil. **Revista Contabilidade e Controladoria**, 4(1), 42-61, 2012.

Michael E. Brown; Linda K. Treviño. Ethical leadership: A review and future directions. **The Leadership Quarterly**, v. 17, n. 6, p. 595-616, 2006.

MOSER, Elisa Maria. **Determinantes da estrutura de liderança do conselhos das empresas brasileiras.** 2012. Disponível em: [http://ibmec-dissertacoes.s3.amazonaws.com/ibmec-dissertacoes/mestrado-profissional-em-administracao/2012/dis\\_2012\\_13\\_-\\_jose\\_augusto\\_godinho\\_rodrigues.pdf](http://ibmec-dissertacoes.s3.amazonaws.com/ibmec-dissertacoes/mestrado-profissional-em-administracao/2012/dis_2012_13_-_jose_augusto_godinho_rodrigues.pdf). Acesso em: 15 mar. 2025.

MOTA, Sandriele Leite; MOURA, Fagunes Ferreira; MARTINS, Orleans Silva. Reação do mercado ao anúncio do pagamento de dividendos: o que explicam as teorias da sinalização e do fluxo de caixa livre? **Enfoque: Reflexão Contábil**, vol. 42, num. 2, pp. 1-18, 2023.

OLIVEIRA, E. Compliance, Cultura de Integridade e Aliança para Boas Práticas na Governança Institucional. **Revista Esmat**, 13(21), 149-166, 2021.

OLIVEIRA, Diogo Di Mambro. Desempenho e governança corporativa: uma análise econômico-financeira das empresas que aderiram ao segmento “Bovespa Mais” da B3 SA. **Pensar Contábil**, v. 21, n. 74, 2019.

PINHEIRO, Bruno Goes et al. Estrutura de capital e governança corporativa nas empresas listadas na BM&FBovespa. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 11, n. 4, p. 451-466, 2017.

PRUDÊNCIO, P. A. **Reputação corporativa, governança corporativa e estrutura de propriedade: uma análise da empresa brasileira**. 2020. 101 f. Dissertação (Mestrado em Administração e Controladoria) – Programa de Pós-Graduação em Administração e Controladoria, Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2020.

ROSSONI, Luciano; GUARIDO FILHO, Edson Ronaldo. O que faz um nome? Status, conselho de administração e características organizacionais como antecedentes da reputação corporativa. **Revista de Administração (São Paulo)**, v. 50, n. 3, p. 292-309, 2015.

SANT'ANNA, Dimitri Pinheiro et al. Valor de mercado e valor contábil e sua relação com os resultados anormais no mercado de capitais no Brasil. **Revista de Contabilidade e Organizações**, v. 9, n. 23, p. 3-13, 2015.

SHLEIFER, Andrei; WOLFENZON, Daniel. Investor protection and equity markets. **Journal of Financial Economics**, v. 66, n. 1, p. 3-27, 2002.

SILVA, Wesley Vieira et al. A influência da adesão às práticas de governança corporativa no risco das ações de empresas de capital aberto. **Revista Universo Contábil**, v. 7, n. 4, p. 82-97, 2011.

SILVA, John Pablo Cândido Dantas. **O value relevance dos non-gaap earnings e das IFRS**. 2020. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/30352>. Acesso em: 10 out. 2024.

SILVA, C. C. S.; MARTINS, O. S. Valor e Práticas de Governança Corporativa das Empresas Listadas na B3. **Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade**, v. 5, n. 3, p. 26-41, 2015.

SILVA, Danielle Gonçalves et al. **Governança Corporativa e sua Relação com a Divulgação da Natureza e Extensão dos Riscos Relacionados aos Instrumentos Financeiros**. 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/44377>. Acesso em: 6 dez. 2024.

SOARES, Denia Patrícia et al. Dualidade do CEO, conselhos de administração, auditoria e compliance no Brasil. **Revista Foco**, v. 17, n. 10, p. e6584-e6584, 2024.

SONZA, Igor Bernardi; KLOECKNER, Gilberto de Oliveira. A governança corporativa influencia a eficiência das empresas brasileiras? **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 25, p. 145-160, 2014.

SOUZA, Délyls Martins et al. Associação entre a remuneração de diretores e a reputação corporativa em empresas listadas na B3. **Revista Conhecimento Contábil**, v. 11, n. 2, 2021.



SPENCE, M. Job market signaling. **The Quarterly Journal of Economics**, v. 87, n. 3, p. 355-374, ago. 1973. MIT Press. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/1882010>. Acesso em: 10 out. 2024.

SHAH, Syed Ghulam Meran; SARFRAZ, Muddassar; IVASCU, Larisa. Assessing the interrelationship corporate environmental responsibility, innovative strategies, cognitive and hierarchical CEO: a stakeholder theory perspective. **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, v. 28, n. 1, p. 457-473, 2021.

SILVA, Andreza Lucas. Teoria da sinalização: um estudo dos demonstrativos financeiros da empresa OI S/A. **Revista Gestão e Organizações**, v. 6, n. 2, p. 61-84, 2021.

TAVARES, Vitor Borges; Penedo, Antônio Sérgio Torres. 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. 40-62, 2018.

TEIXEIRA, Elizabeth. **As três metodologias**: acadêmica, da ciência e da pesquisa. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. Disponível em: <https://pesquisa.bvsalud.org/porta1/resource/pt/lil-591603>. Acesso em: 7 out. 2024.

TOMAZ, Ana Raquel Raulino. **Participação feminina no conselho de administração e reputação corporativa**: análise nas empresas listadas na B3. 2019. Disponível em: [https://repositorio.ufersa.edu.br/bitstream/prefix/3399/2/AnaRRT\\_ART.pdf](https://repositorio.ufersa.edu.br/bitstream/prefix/3399/2/AnaRRT_ART.pdf). Acesso em: 15 mar. 2025.

TELES, Marlon Coelho de Souza. **O papel do “G” de ESG no desenvolvimento de uma governança da sustentabilidade**: uma análise a partir do caso Americanas. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Direito) - Faculdade Nacional de Direito, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024.

VIEIRA, J. B.; BARRETO, R. T. D. S. **Governança, gestão de riscos e integridade**. Brasília: ENAP, 2019. Disponível em: <http://repositorio.enap.gov.br/handle/1/4281>. Acesso em: 10 out. 2024.

ZAGO, Carine et al. **Governança corporativa eletrônica e desempenho econômico e financeiro das empresas listadas no índice Bovespa**. 2014. 131 f. Dissertação (Mestrado) — Faculdade Estadual do Oeste do Paraná. Disponível em: <https://tede.unioeste.br/handle/tede/990>. Acesso em: 10 out. 2024.

ZANOTELLI, Suélen. **A influência do Conselho de Administração nos retornos dos Bancos Brasileiros de capital aberto**. 2014. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/98327>. Acesso em: 07 dez. 2024.