

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA  
FACULDADE DE GESTÃO E NEGÓCIOS  
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

EDUARDO AUGUSTO ISEPON ESTRELLA

**INFORMAÇÕES AMBIENTAIS E SOCIAIS DIVULGADAS PELAS EMPRESAS DA  
INDÚSTRIA AUTOMOTIVA EM SEUS WEBSITES**

Uberlândia  
2026

EDUARDO AUGUSTO ISEPON ESTRELLA

**Informações Ambientais e Sociais Divulgadas pelas Empresas da Indústria Automotiva  
em seus WebSites**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Faculdade de Gestão e Negócios da  
Universidade Federal de Uberlândia como  
requisito parcial para obtenção do grau de  
bacharel em administração.

Orientador: Professor Rodrigo Fernandes  
Malaquias

Uberlândia

2026

EDUARDO AUGUSTO ISEPON ESTRELLA

Informações Ambientais e Sociais Divulgadas pelas Empresas da Indústria Automotiva em  
seus WebSites

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Faculdade de Gestão e Negócios da  
Universidade Federal de Uberlândia como  
requisito parcial para obtenção do grau de  
bacharel em administração.

Uberlândia, 09 de julho de 2026.

Banca Examinadora:

---

Prof. Dr. Rodrigo Fernandes Malaquias (FAGEN/UFU)

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Etienne Cardoso Abdala (FAGEN/UFU)

---

Prof. Dr. Luciano Ferreira Carvalho (FAGEN/UFU)

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo analisar as informações ambientais e sociais divulgadas por empresas da indústria automotiva global em seus websites institucionais, considerando a relevância crescente das práticas de ESG (Environmental, Social and Governance) e da transparência corporativa no contexto da sustentabilidade empresarial. A pesquisa fundamenta-se nos conceitos de *disclosure* e evidenciação socioambiental, bem como na Teoria dos Stakeholders e na Teoria da Divulgação Discrecional, que contribuem para compreender os incentivos e as estratégias relacionadas à divulgação voluntária de informações pelas organizações. A metodologia adotada caracteriza-se como qualitativa, descritiva e documental, utilizando análise de conteúdo baseada em um checklist estruturado em dez categorias, sendo seis ambientais e quatro sociais. A amostra foi composta por dez montadoras globais selecionadas a partir do ranking Forbes Global 2000 de 2025: Toyota, Volkswagen, Tesla, Mercedes-Benz, BMW, BYD, General Motors, Honda, Ford e Hyundai. A coleta de dados ocorreu entre janeiro e fevereiro de 2026, mediante consulta direta aos websites institucionais e relatórios de sustentabilidade das empresas. Os resultados demonstraram que todas as organizações analisadas divulgaram informações relacionadas às dez categorias avaliadas. Foram identificados conteúdos sobre gestão ambiental, mudanças climáticas, economia circular, emissões, resíduos, contribuição social, ética tecnológica, colaboradores e cadeia de suprimentos. Os achados indicam ampla abrangência temática do *disclosure* socioambiental nas fontes examinadas. Contudo, a pesquisa não permite avaliar a efetividade das práticas divulgadas nem comparar sistematicamente a profundidade ou a qualidade das informações apresentadas pelas empresas.

**Palavras-chave:** *Disclosure* socioambiental. ESG. Sustentabilidade empresarial. Indústria automotiva. Evidenciação ambiental. Stakeholders.

## ABSTRACT

This study aims to analyze the environmental and social information disclosed by global companies in the automotive industry on their institutional websites, considering the growing relevance of ESG (Environmental, Social and Governance) practices and corporate transparency within the context of business sustainability. The research is based on the concepts of *disclosure* and socio-environmental reporting, as well as on Stakeholder Theory and Voluntary Disclosure Theory, which contribute to understanding the incentives and strategies related to the voluntary *disclosure* of corporate information. The adopted methodology is characterized as qualitative, descriptive, and documentary research, using content analysis based on a checklist structured into ten categories, six environmental and four social. The sample consisted of ten global automotive companies selected from the Forbes Global 2000 ranking of 2025: Toyota, Volkswagen, Tesla, Mercedes-Benz, BMW, BYD, General Motors, Honda, Ford, and Hyundai. Data collection was carried out between January and February 2026 through direct consultation of the companies' institutional websites and sustainability reports. The results demonstrated that all analyzed organizations disclosed information related to the ten evaluated categories. Content concerning environmental management, climate change, circular economy, emissions, waste, social contribution, technological ethics, employees, and the supply chain was identified. The findings indicate broad thematic coverage of socio-environmental disclosure in the examined sources. However, the research does not allow an assessment of the effectiveness of the disclosed practices or a systematic comparison of the depth or quality of the information presented by the companies.

**Keywords:** Socio-environmental *disclosure*. ESG. Business sustainability. Automotive industry. Environmental reporting. Stakeholders.

## SUMÁRIO

|                                                                                                     |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO.....</b>                                                                            | <b>7</b>  |
| <b>2 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>                                                                   | <b>9</b>  |
| 2.1 Disclosure e Evidenciação .....                                                                 | 9         |
| 2.2 ESG (Environmental, Social and Governance) .....                                                | 10        |
| 2.3 Sustentabilidade e Aspectos Sociais .....                                                       | 11        |
| 2.4 Teorias Relacionadas ao Disclosure .....                                                        | 12        |
| 2.5 Mensuração do Disclosure de Informações ESG em Pesquisas Acadêmicas.....                        | 13        |
| <b>3 METODOLOGIA .....</b>                                                                          | <b>15</b> |
| <b>4 RESULTADOS E DISCUSSÃO .....</b>                                                               | <b>18</b> |
| <b>5 CONCLUSÕES.....</b>                                                                            | <b>23</b> |
| <b>6 REFERÊNCIAS .....</b>                                                                          | <b>25</b> |
| <b>APÊNDICE A – LINKS ACESSADOS NOS SITES DAS EMPRESAS AUTOMOTIVAS<br/>ANALISADAS .....</b>         | <b>28</b> |
| <b>APÊNDICE B – REGISTRO DE DIVULGAÇÃO DAS INFORMAÇÕES ESG PELAS<br/>EMPRESAS AUTOMOTIVAS .....</b> | <b>32</b> |

## 1 INTRODUÇÃO

A crescente demanda por transparência nas práticas corporativas tem impulsionado o desenvolvimento de estudos sobre *disclosure* e evidenciação, conceitos que se referem à divulgação de informações financeiras e não-financeiras relevantes, capazes de reduzir a assimetria informacional e ampliar a compreensão sobre o desempenho das organizações (Costa et al., 2018). Essa prática, que pode ocorrer de forma obrigatória ou voluntária, abrange aspectos financeiros, econômicos, sociais e ambientais, constituindo-se como instrumento relevante para ampliar a transparência corporativa e fortalecer a relação das empresas com seus stakeholders (Batista & Hammes Jr., 2019; Ribeiro, 2010).

Nesse contexto, ganha destaque o conceito de ESG (Environmental, Social and Governance), que orienta a gestão empresarial a considerar, além dos resultados econômicos, os impactos sociais e ambientais de suas decisões. Empresas engajadas em práticas ESG tendem a fortalecer sua imagem corporativa e atrair investidores, consolidando o tema como um diferencial estratégico (Silva, 2023). O ESG pode ser compreendido como um modelo de avaliação da conduta organizacional, fundamentado nos pilares da sustentabilidade e da governança ética.

A discussão sobre sustentabilidade corporativa também se mostra central, uma vez que o desenvolvimento sustentável exige equilíbrio entre as dimensões social, ambiental e econômica (Irigaray & Stocker, 2024). A sustentabilidade empresarial, nesse sentido, representa um modelo de gestão que busca conciliar preservação ambiental, práticas sociais e equilíbrio financeiro, alinhando-se aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e à responsabilidade social (Santos & Silva, 2017).

Para compreender os mecanismos que orientam a divulgação de informações, destacam-se duas teorias: a Teoria da Divulgação Discrecional, que analisa os incentivos econômicos que levam gestores a divulgar voluntariamente informações privadas, geralmente priorizando aspectos positivos (Dye, 2001), e a Teoria dos Stakeholders, que enfatiza a influência dos diversos grupos interessados sobre as empresas, destacando que as demandas dos stakeholders passaram a incorporar questões relacionadas à responsabilidade social corporativa, sustentabilidade e reputação organizacional (Freeman et al., 2010; Friedman & Miles, 2002; Singh & Misra, 2021).

Observa-se que a mensuração do *disclosure* em pesquisas acadêmicas é realizada por meio de metodologias padronizadas, como análise de conteúdo, checklists e escalas, que permitem avaliar o nível de evidenciação das empresas em diferentes dimensões (Costa et al.,

2018; Batista & Hammes Jr., 2019; Ribeiro, 2010; Rover et al., 2012). Essas ferramentas permitem identificar e comparar as informações divulgadas pelas empresas, avaliando a abrangência da evidenciação com base em critérios previamente estabelecidos.

Embora estudos anteriores tenham utilizado checklists e análise de conteúdo para mensurar o *disclosure* socioambiental em diferentes setores, identifica-se a necessidade de ampliar a compreensão sobre como essas informações são apresentadas no setor automotivo global. Nesse sentido, esta pesquisa adota um recorte voltado aos websites e documentos institucionais de grandes montadoras, buscando oferecer um panorama atualizado da presença de informações ambientais e sociais nesse setor. O estudo não pretende analisar a relação entre *disclosure* e desempenho financeiro, mas verificar a abrangência das informações divulgadas com base em categorias previamente definidas.

Diante desse contexto, busca-se responder à seguinte questão de pesquisa: quais informações ambientais e sociais são divulgadas por grandes empresas da indústria automotiva global em seus websites e documentos institucionais, considerando as categorias estabelecidas no checklist adotado? Nesse contexto, o presente trabalho tem como objetivo analisar a presença e a abrangência do *disclosure* de informações ambientais e sociais realizado por grandes empresas da indústria automotiva global em seus websites e documentos institucionais, com base em um checklist composto por seis categorias ambientais e quatro sociais, a fim de identificar os temas divulgados e apresentar um panorama das práticas de evidenciação socioambiental dessas organizações. Embora o ESG contemple a dimensão de governança, o presente estudo delimita-se à análise dos aspectos ambientais e sociais, conforme o objetivo e o instrumento de coleta adotados. O setor automotivo, dada sua relevância econômica e alto impacto ambiental, apresenta-se como um objeto de estudo pertinente para avaliar o estágio atual das práticas de evidenciação socioambiental. A escolha das empresas analisadas se baseou na lista das companhias automotivas mais valiosas do mundo segundo o ranking Global 2000 da Forbes em 2025, sendo elas: Toyota, Volkswagen, Tesla, Mercedes-Benz, BMW, BYD, General Motors, Honda, Ford e Hyundai. Ressalta-se que a seleção dessas empresas permite analisar organizações de elevada relevância econômica e atuação internacional, não tendo como finalidade representar todas as empresas do setor automotivo.

A análise de conteúdo foi realizada com base em um checklist previamente estruturado, contendo tópicos relacionados à gestão ambiental, mudanças climáticas, economia circular, biodiversidade, resíduos, responsabilidade social, inovação, colaboradores, fornecedores e clientes. A metodologia adotada permitiu verificar a presença e a abrangência temática das



informações ambientais e sociais divulgadas pelas empresas, com base nos dez tópicos estabelecidos no checklist.

O presente estudo busca contribuir com a literatura ao apresentar um panorama atualizado sobre o *disclosure* socioambiental no setor automotivo internacional, e ao relacionar seus achados com resultados de pesquisas anteriores sobre *disclosure* socioambiental. Tal comparação permite identificar avanços, lacunas e tendências na comunicação das práticas de sustentabilidade pelas empresas, colaborando com a reflexão crítica sobre a efetividade e a qualidade dessas evidências no cenário corporativo global.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Disclosure e Evidenciação

O conceito de *disclosure*, também denominado evidenciação, refere-se à divulgação de informações relevantes pelas organizações, abrangendo dados financeiros e não financeiros que permitem aos diferentes usuários compreender de maneira mais ampla o desempenho empresarial. Conforme Costa et al. (2018), o *disclosure* contribui para a redução da assimetria informacional ao ampliar a transparência e a disponibilidade de informações sobre as empresas. Essa divulgação pode envolver aspectos econômicos, sociais e ambientais, possibilitando que investidores e demais stakeholders avaliem não apenas os resultados financeiros, mas também as práticas, os riscos e os impactos relacionados à atuação organizacional. Nesse sentido, o *disclosure* constitui um instrumento de comunicação entre a empresa e seus públicos de interesse, favorecendo a transparência e a compreensão das atividades desenvolvidas.

No âmbito ambiental, a evidenciação apresenta uma aplicação mais específica, relacionada à divulgação de informações sobre os impactos e as práticas ambientais das organizações. Batista e Hammes Jr. (2019) compreendem a evidenciação ambiental como a apresentação de provas e informações nas demonstrações corporativas que permitem conhecer aspectos econômicos, financeiros e sociais da empresa. De forma complementar, Ribeiro (2010) destaca que essa evidenciação envolve a identificação, a mensuração e a explicitação de eventos econômico-financeiros associados à proteção e à preservação ambiental. Assim, a divulgação de informações ambientais e sociais pode reduzir a assimetria informacional, fortalecer a relação das empresas com seus stakeholders e contribuir para a criação de valor e para a reputação organizacional, especialmente quando vinculada às práticas de sustentabilidade e ESG (Costa et al., 2018; Silva, 2023).

Além da presença das informações, a qualidade do disclosure depende de características como materialidade, comparabilidade e credibilidade. Silva et al. (2025), ao analisarem relatórios ESG com base nas diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), destacam que o atendimento apenas formal aos requisitos de divulgação pode resultar em relatórios extensos, mas superficiais e pouco úteis aos stakeholders. Dessa forma, a qualidade da evidenciação também está relacionada à relevância dos temas divulgados, à consistência dos indicadores e à possibilidade de verificação das informações apresentadas.

## **2.2 ESG (Environmental, Social and Governance)**

O ESG (Environmental, Social and Governance) refere-se à consideração conjunta de aspectos ambientais, sociais e de governança na análise das práticas e das decisões organizacionais. De acordo com Silva (2023), essa abordagem incorpora às preocupações ambientais e sociais a dimensão da governança, considerando como as decisões empresariais podem afetar a sociedade, o meio ambiente e o próprio desempenho da organização. Dessa forma, o ESG amplia a avaliação das empresas para além dos resultados estritamente financeiros, contemplando também a maneira como elas administram seus impactos, suas relações com diferentes públicos e seus processos decisórios.

A aplicação do ESG depende de práticas organizacionais concretas relacionadas aos seus três pilares. Toniolli et al. (2025) destacam que a dimensão ambiental envolve ações como redução de emissões, gestão de resíduos, eficiência energética, reciclagem e preservação da biodiversidade. A dimensão social contempla políticas e práticas relacionadas aos colaboradores, fornecedores, clientes e comunidades, incluindo condições de trabalho, direitos humanos, inclusão e diversidade. Já a governança abrange aspectos relacionados à administração, à conformidade, à ética e à transparência organizacional. Dessa forma, os pilares ESG permitem organizar diferentes impactos e responsabilidades da atuação empresarial.

Embora sejam reunidas sob uma mesma abordagem, as dimensões ambiental, social e de governança não apresentam necessariamente efeitos homogêneos. Nóbrega et al. (2025), por meio de uma revisão sistemática de 87 artigos publicados entre 2014 e 2023, identificaram que os efeitos associados ao ESG podem variar conforme o setor de atuação, a localização geográfica, o porte das empresas, o perfil dos investidores e a metodologia utilizada. Os autores também destacam que a agregação dos três pilares em um único indicador pode ocultar diferenças relevantes entre as dimensões ambiental, social e de governança. Dessa forma, o ESG deve ser analisado de maneira contextualizada, considerando que cada pilar pode

apresentar relevância e efeitos distintos de acordo com as características organizacionais e setoriais.

A adoção de práticas relacionadas ao ESG também pode influenciar a percepção dos investidores e dos demais stakeholders sobre a atuação empresarial. Conforme Freeman et al. (2010) e Friedman e Miles (2002), os stakeholders representam diferentes públicos de interesse que exercem influência sobre as organizações e apresentam demandas relacionadas às suas atividades. Nesse contexto, os aspectos ambientais, sociais e de governança permitem considerar, na avaliação das empresas, os impactos de suas decisões sobre a sociedade, o meio ambiente e os diversos grupos interessados. Singh e Misra (2021) também relacionam a responsabilidade social corporativa à reputação e ao desempenho organizacional, reforçando a importância das demandas sociais na atuação empresarial. Cornell e Damodaran (2020), por sua vez, discutem que as práticas ESG podem contribuir para a geração de valor em determinados contextos, embora seus efeitos dependam da forma como são implementadas e integradas à estratégia organizacional.

Entretanto, os efeitos associados ao ESG não são necessariamente uniformes. Villefort Júnior et al. (2026), ao examinarem companhias abertas brasileiras, observaram que o grupo de empresas com algum score ESG relatado apresentou risco médio superior ao das demais organizações, contrariando a hipótese formulada no estudo. Os autores apontam que esse resultado pode estar relacionado à presença dessas empresas em setores regulamentados e de maior risco, bem como à adoção e divulgação de práticas ESG por organizações que já enfrentavam maior exposição. Dessa forma, a relação entre ESG e resultados empresariais deve ser interpretada considerando o contexto setorial e organizacional. Diante dessas diferentes evidências, o ESG pode ser compreendido como uma abordagem de avaliação da conduta empresarial que, além de abranger transparência, responsabilidade socioambiental e governança, permite considerar as expectativas e os interesses dos diferentes stakeholders.

### **2.3 Sustentabilidade e Aspectos Sociais**

A sustentabilidade empresarial está relacionada à integração entre desempenho econômico, responsabilidade social e preservação ambiental, buscando conciliar os objetivos organizacionais com os impactos gerados pela atuação das empresas. Irigaray e Stocker (2024) destacam que o desenvolvimento sustentável envolve as dimensões social, ambiental e econômica, indicando que essas dimensões devem ser consideradas de maneira conjunta. Dessa forma, a sustentabilidade não se limita à adoção de práticas ambientais, mas também envolve a

responsabilidade das organizações perante a sociedade e a manutenção de condições econômicas que assegurem a continuidade de suas atividades.

No âmbito social, a sustentabilidade empresarial envolve a forma como as organizações administram os impactos de suas atividades sobre os diferentes públicos com os quais se relacionam. Zanin et al. (2025) destacam que o pilar social contempla práticas relacionadas à equidade, à diversidade, à segurança no trabalho, ao respeito aos direitos humanos e às relações com as comunidades. Dessa forma, os aspectos sociais da sustentabilidade abrangem tanto as condições oferecidas aos colaboradores quanto as relações estabelecidas com clientes, fornecedores e comunidades, evidenciando que a continuidade das organizações também depende da construção de relações responsáveis e estáveis com seus stakeholders.

Nesse sentido, Santos e Silva (2017) definem a sustentabilidade empresarial como um modelo de gestão direcionado ao equilíbrio financeiro, à preservação ambiental e à adoção de práticas sociais capazes de contribuir para o desenvolvimento da sociedade. Assim, a sustentabilidade corporativa pode ser compreendida como uma forma de atuação empresarial que procura gerar resultados econômicos ao mesmo tempo em que reduz impactos ambientais e promove benefícios sociais. Essa integração evidencia que os aspectos sociais e ambientais fazem parte de uma perspectiva mais ampla de gestão, na qual o desempenho da organização também é avaliado pelos efeitos de suas atividades sobre a sociedade e o meio ambiente.

A incorporação da sustentabilidade à gestão empresarial, entretanto, não ocorre de maneira uniforme entre as organizações. Kronbauer Junior et al. (2025), ao analisarem empresas de países emergentes, identificaram que o desempenho ambiental, social e de governança é influenciado tanto por características das próprias empresas quanto por fatores relacionados ao contexto econômico, humano e cultural dos países. Os autores também abordam as controvérsias ESG como eventos ou circunstâncias negativas capazes de afetar o meio ambiente, a sociedade, a reputação empresarial e o relacionamento com os stakeholders. Assim, a sustentabilidade empresarial não deve ser compreendida apenas a partir dos compromissos favoráveis comunicados pelas organizações, mas também considerando os impactos negativos e as condições contextuais que podem influenciar sua atuação.

## **2.4 Teorias Relacionadas ao Disclosure**

A literatura sobre *disclosure* é sustentada por diferentes abordagens teóricas, destacando-se a Teoria da Divulgação Discrecional e a Teoria dos Stakeholders. A Teoria da Divulgação Discrecional busca explicar os incentivos que levam as empresas a divulgarem informações voluntariamente. Segundo Dye (2001), essa teoria pretende compreender os

incentivos econômicos e as circunstâncias que levam os gestores a, voluntariamente, divulgarem informações privadas para o público. Nesse contexto, as organizações podem selecionar as informações divulgadas, atribuindo maior destaque aos conteúdos considerados favoráveis à sua imagem perante o mercado.

Por sua vez, a Teoria dos Stakeholders enfatiza a relação entre a empresa e seus diversos públicos de interesse. Conforme Freeman et al. (2010) e Friedman e Miles (2002), os diferentes públicos de interesse exercem influência sobre as organizações e apresentam necessidades e expectativas distintas em relação à atuação empresarial. Além disso, Singh e Misra (2021) contribuem para essa discussão ao relacionarem responsabilidade social corporativa, reputação e desempenho organizacional, reforçando a relevância das demandas sociais na atuação empresarial. Dessa forma, o *disclosure* pode ser compreendido como uma estratégia utilizada pelas empresas para atender às demandas dos stakeholders e fortalecer sua reputação no mercado.

Entretanto, a divulgação de informações ESG não assegura necessariamente o alinhamento entre a comunicação empresarial e as prioridades dos stakeholders. Baione et al. (2025), ao compararem os temas divulgados por quinze empresas integrantes do ISE B3 com a percepção de 145 investidores, identificaram uma assimetria entre os conteúdos comunicados e as informações valorizadas por esse público. Enquanto as empresas enfatizavam principalmente aspectos ambientais e sociais, os investidores atribuíam maior importância à governança, especialmente a temas relacionados à integridade, ao compliance e à cibersegurança. Esse resultado demonstra que o *disclosure* pode não atender plenamente às necessidades informacionais dos públicos aos quais se destina, reforçando a importância de considerar as expectativas dos stakeholders na definição dos temas divulgados.

## **2.5 Mensuração do Disclosure de Informações ESG em Pesquisas Acadêmicas**

O ESG e o *disclosure* constituem conceitos relacionados, mas não equivalentes. Enquanto o ESG contempla aspectos ambientais, sociais e de governança considerados nas práticas e decisões organizacionais, o *disclosure* corresponde à divulgação de informações que permite aos diferentes públicos conhecerem como esses aspectos são tratados pelas empresas. Dessa forma, a evidenciação funciona como um mecanismo de comunicação das práticas ESG, tornando públicas informações sobre os impactos, compromissos, políticas e ações das organizações. A análise do *disclosure* relacionado ao ESG permite, portanto, identificar quais temas são divulgados e verificar a abrangência das informações disponibilizadas aos investidores e demais stakeholders (Costa et al., 2018; Silva, 2023).

Em pesquisas acadêmicas, a mensuração do disclosure é frequentemente realizada por meio da análise de conteúdo associada à utilização de checklists, categorias e escalas previamente definidas. Esses instrumentos permitem organizar informações predominantemente qualitativas e verificar a presença ou ausência de determinados temas nos relatórios e documentos corporativos. Nesse sentido, Romão e Callado (2020) utilizaram checklists aplicados aos relatórios empresariais para classificar o nível de divulgação em termos percentuais, considerando a proporção de itens evidenciados em relação ao conjunto de critérios analisados.

Procedimento semelhante foi adotado por Batista e Hammes Jr. (2019), que empregaram variáveis dummy, atribuindo valor 1 quando determinada informação era evidenciada e valor 0 quando não havia divulgação. Essa classificação possibilitou calcular o percentual de evidenciação das empresas com base nos itens investigados. Uma limitação desse tipo de classificação é que a codificação binária identifica a existência da divulgação, mas não diferencia sua intensidade. Villefort Júnior et al. (2026), ao separarem as empresas entre aquelas com e sem algum score ESG relatado, reconheceram que esse procedimento reuniu no mesmo grupo organizações com muitas práticas divulgadas e outras com poucas. Portanto, instrumentos binários permitem verificar a presença ou a ausência das informações, mas não possibilitam, isoladamente, avaliar o grau de atuação das empresas ou a profundidade do disclosure.

Rover et al. (2012), por sua vez, utilizaram um modelo mais detalhado, organizando a evidenciação ambiental em categorias e subcategorias e considerando a presença de informações qualitativas e quantitativas. Assim, embora os estudos apresentem diferenças quanto ao número de categorias, à profundidade da análise e à forma de pontuação, observa-se uma convergência na utilização de instrumentos estruturados para tornar a análise do disclosure mais sistemática e comparável. No contexto das informações ESG, esses instrumentos permitem verificar quais dimensões e temas são evidenciados pelas organizações, estabelecendo uma relação entre as práticas organizacionais e sua divulgação aos diferentes públicos de interesse.

No que se refere à definição das categorias de análise, Huang et al. (2025) apresentam uma estrutura voltada às informações ESG, contemplando aspectos ambientais e sociais da atuação organizacional. A partir desse estudo, as informações ambientais podem ser organizadas em seis tópicos, relacionados à gestão ambiental, às mudanças climáticas, à biodiversidade, ao uso de recursos e à economia circular, às emissões e à gestão de resíduos. As informações sociais, por sua vez, podem ser distribuídas em quatro tópicos, referentes à

contribuição social, à inovação e ética tecnológica, aos colaboradores e às relações com fornecedores e clientes. Essa organização permite transformar as dimensões ambientais e sociais do ESG em categorias observáveis, possibilitando sua aplicação em instrumentos estruturados de análise do disclosure.

Em estudo recente sobre cooperativas agroindustriais, Toniolli et al. (2025) utilizaram pesquisa documental, questionário estruturado e análise de conteúdo para investigar a adoção e a divulgação de práticas ESG. Os resultados indicaram que, embora essas práticas estivessem presentes nas organizações analisadas, sua adoção não ocorria de maneira homogênea. Os autores também identificaram diferenças nos padrões dos relatórios de sustentabilidade, o que dificultava a localização e a comparação das informações divulgadas. Esse resultado reforça a importância da utilização de categorias estruturadas e critérios previamente definidos na análise do disclosure, ao mesmo tempo em que demonstra que a presença das informações não significa que elas sejam divulgadas com o mesmo grau de padronização ou desenvolvimento entre as organizações.

Uma aplicação recente dessa estrutura foi realizada por Nhagutou e Malaquias (2026), que utilizaram as categorias ambientais e sociais de Huang et al. (2025) na análise de relatórios corporativos de empresas do agronegócio. Além da identificação dos conteúdos, os autores avaliaram a legibilidade das informações, entendida como o grau de clareza e facilidade de compreensão dos textos divulgados. O estudo demonstra que a mensuração do disclosure pode abranger diferentes dimensões, uma vez que a presença de informações não assegura, por si só, sua clareza, acessibilidade ou qualidade informacional. Os autores ressaltam que a legibilidade não esgota a qualidade das informações, pois relatórios de fácil compreensão ainda podem apresentar conteúdos pouco substantivos ou estrategicamente elaborados. Dessa forma, enquanto o presente estudo se concentra na presença e na abrangência temática das informações ambientais e sociais, outras pesquisas podem examinar características como legibilidade, clareza e compreensibilidade do conteúdo divulgado.

### **3 METODOLOGIA**

Este trabalho caracteriza-se como uma pesquisa de natureza qualitativa, com abordagem descritiva e método de análise documental. O objetivo da análise é verificar a presença e a abrangência temática das informações ambientais e sociais divulgadas por empresas da indústria automotiva global em seus websites e documentos institucionais, com base em um conjunto estruturado de critérios.

A escolha das empresas analisadas baseou-se na lista de grandes montadoras globais presentes no ranking Global 2000 da revista Forbes em 2025 (Forbes, 2025). A amostra foi composta pelas seguintes organizações: Toyota, Volkswagen, Tesla, Mercedes-Benz, BMW, BYD, General Motors, Honda Motor, Ford Motor e Hyundai Motor. A seleção foi realizada de forma intencional e não probabilística, considerando a relevância econômica e a atuação internacional dessas organizações. Reconhece-se, contudo, que a escolha de empresas de grande porte pode influenciar os resultados, uma vez que essas organizações tendem a possuir mais recursos, maior exposição pública e estruturas especializadas para a divulgação de informações socioambientais. Dessa forma, os resultados devem ser interpretados como representativos das grandes montadoras globais analisadas, não podendo ser generalizados para empresas menores ou de atuação regional.

Reconhece-se que a escolha de grandes corporações pode influenciar os resultados, uma vez que organizações desse porte tendem a possuir maior disponibilidade de recursos financeiros, equipes especializadas, exposição pública e pressão de investidores e demais stakeholders para divulgar informações socioambientais. Dessa forma, os resultados devem ser interpretados como um panorama do *disclosure* realizado por grandes montadoras globais, não podendo ser generalizados para empresas menores ou de atuação regional.

A coleta de dados foi realizada manualmente entre os dias 12 de janeiro e 16 de fevereiro de 2026, por meio de consulta aos websites oficiais das empresas selecionadas. Foram examinadas páginas institucionais relacionadas à sustentabilidade, responsabilidade corporativa, meio ambiente, aspectos sociais e ESG, bem como relatórios de sustentabilidade e outros documentos corporativos disponibilizados pelas próprias organizações. Foram incluídas apenas informações publicadas em canais oficiais das empresas, disponíveis para acesso público e diretamente relacionadas a pelo menos um dos dez tópicos do checklist. Foram excluídos resultados duplicados, conteúdos publicados por terceiros, páginas sem relação direta com os critérios analisados e documentos que não permitiam identificar sua origem institucional.

O mecanismo de busca do Google foi utilizado apenas como ferramenta auxiliar para localizar conteúdos dentro dos websites e documentos oficiais das empresas, não constituindo uma base de dados submetida a levantamento sistemático. Por essa razão, não foi realizada a contagem do número total de resultados apresentados pelo buscador. As expressões utilizadas foram formadas pela combinação entre o nome de cada empresa e palavras-chave correspondentes aos tópicos do checklist, como mudanças climáticas, biodiversidade, economia circular, resíduos, colaboradores, fornecedores e responsabilidade social. Exemplos dessas



combinações incluem “relatório de sustentabilidade Ford”, “climate change Hyundai” e “biodiversity Mercedes ESG”. A escolha desses termos decorreu diretamente das categorias ambientais e sociais definidas no instrumento de análise.

Após a localização dos conteúdos, foram selecionados os documentos e páginas que apresentavam informações relacionadas aos critérios do checklist. Para cada tópico identificado, foram registrados o trecho correspondente, o endereço eletrônico da fonte e a data de acesso. Os websites, relatórios e documentos efetivamente utilizados na análise encontram-se discriminados no Apêndice A, enquanto os resultados da verificação de cada categoria são apresentados no Apêndice B. A estrutura de análise foi baseada em um checklist dividido em dois grandes blocos: informações ambientais e informações sociais.

Embora o conceito de ESG compreenda as dimensões ambiental, social e de governança, este estudo delimitou sua análise aos pilares ambientais e sociais. Essa escolha ocorreu devido ao objetivo específico da pesquisa, voltado à evidenciação de práticas socioambientais nos websites das empresas automotivas, e também da necessidade de manter coerência com as categorias do checklist adotado. A dimensão de governança não foi incluída, pois sua análise exigiria critérios próprios, relacionados, por exemplo, à estrutura dos conselhos, controles internos, ética corporativa, gestão de riscos e direitos dos acionistas, o que ampliaria significativamente o escopo da investigação.

Com base no estudo de Huang et al. (2025), o bloco referente às informações ambientais foi subdividido em seis tópicos principais, já o bloco referente às informações sociais em quatro tópicos, totalizando dez categorias de análise, conforme os seguintes itens:

### **Ambiental (Environmental):**

E.1 – Gestão Ambiental Geral

E.2 – Mitigação e Adaptação às Mudanças Climáticas

E.3 – Proteção do Sistema Ecológico e da Biodiversidade

E.4 – Uso de Recursos e Economia Circular

E.5 – Emissões de Poluentes

E.6 – Gestão de Resíduos

### **Social:**

S.1 – Revitalização Rural e Contribuição Social

S.2 – Inovação e Ética Tecnológica

S.3 – Colaboradores

#### S.4 – Fornecedores e Clientes

A análise dos dados foi realizada por meio da técnica de análise de conteúdo categorial, aplicada aos documentos e páginas institucionais selecionados. As dez categorias definidas no checklist foram utilizadas como categorias previamente estabelecidas para a classificação das informações encontradas. Para cada empresa, foi verificada a presença ou a ausência de conteúdo relacionado a cada tópico, adotando-se uma codificação binária, considerou-se “Sim” quando foi localizada ao menos uma informação explícita, em fonte oficial da empresa, diretamente relacionada à categoria analisada. Na ausência de evidência compatível com o critério, seria registrado “Não”. Esse procedimento permitiu identificar a abrangência temática do disclosure ambiental e social das empresas analisadas.

Após a classificação, foram selecionados trechos considerados representativos de cada categoria, com a finalidade de exemplificar como as empresas apresentavam as informações em seus websites e documentos institucionais. Os resultados foram organizados em planilha eletrônica, contendo a empresa, a categoria analisada, a indicação de presença ou ausência, o trecho identificado, o endereço eletrônico da fonte e a data de acesso. Posteriormente, os achados foram comparados com resultados de estudos anteriores sobre disclosure socioambiental.

## **4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

A presente seção tem como objetivo apresentar os principais achados da análise realizada nos websites oficiais das dez empresas automotivas selecionadas: Toyota, Volkswagen, Tesla, Mercedes-Benz, BMW, BYD, General Motors, Honda, Ford e Hyundai. A investigação concentrou-se na identificação e verificação da divulgação de informações relacionadas a aspectos ambientais e sociais, conforme os critérios definidos no checklist proposto, abrangendo os tópicos de E.1 a E.6 (ambientais) e de S.1 a S.4 (sociais).

A análise identificou informações relacionadas às dez categorias do checklist em todas as empresas examinadas. Esse resultado demonstra ampla abrangência temática do disclosure ambiental e social nas fontes institucionais consultadas. Entretanto, a codificação binária adotada não permite avaliar a profundidade, a frequência, a qualidade ou a efetividade das informações divulgadas, tampouco comprovar o grau de comprometimento socioambiental das organizações.

Os resultados indicam que as empresas analisadas utilizam a divulgação de informações ambientais e sociais como forma de comunicar suas práticas a diferentes públicos de interesse. A presença de políticas, metas, relatórios e ações em todos os tópicos do checklist sugere que o *disclosure* socioambiental integra a estratégia de comunicação das grandes montadoras globais. Esse comportamento mostra-se coerente com a Teoria dos Stakeholders e com a Teoria da Divulgação Discricionária, uma vez que a seleção e a divulgação desses conteúdos podem ser interpretadas como formas de comunicação com os diferentes públicos de interesse e de construção da imagem institucional.

A verificação da presença ou ausência das informações demonstrou que todas as dez empresas analisadas apresentaram divulgação relacionada a cada uma das categorias do checklist. Dessa forma, os seis tópicos ambientais e os quatro tópicos sociais foram identificados em 10 das 10 empresas, correspondendo a 100% da amostra em cada categoria. Esse resultado evidencia a abrangência temática das informações disponibilizadas pelas grandes montadoras analisadas, embora não permita afirmar que todas apresentem o mesmo nível de profundidade, frequência ou qualidade de divulgação.

Após a verificação da presença das informações, foram selecionados dez trechos para exemplificar qualitativamente os resultados, sendo um de cada empresa analisada. Os exemplos foram distribuídos entre as seis categorias ambientais e as quatro categorias sociais, buscando contemplar simultaneamente todas as organizações e todos os tópicos do checklist. A seleção considerou trechos que apresentavam de forma direta e compreensível políticas, metas, compromissos ou ações relacionadas à categoria analisada. Esses exemplos não representam a totalidade das divulgações localizadas nem indicam que determinada empresa se destacou em relação às demais, sendo utilizados apenas para demonstrar como as informações foram apresentadas nos websites e documentos institucionais.

A seguir, são apresentados inicialmente os exemplos referentes às categorias ambientais, de E.1 a E.6. Os trechos originalmente publicados em inglês foram traduzidos para o português para facilitar a compreensão.

- E.1 – Gestão ambiental geral (Exemplo: Toyota)

"Para alcançar o desenvolvimento sustentável em conjunto com a sociedade, estabelecer um sistema global de gestão ambiental com subsidiárias consolidadas, de modo a garantir, por meio da gestão de riscos e conformidade, a maximização do desempenho ambiental." / "Aprimorar continuamente o sistema de gestão e responder rapidamente às mudanças nas

questões ambientais, incluindo os impactos negativos das mudanças climáticas." (Traduzido para o português).

- E.2 – Mitigação e adaptação às mudanças climáticas (Exemplo: Volkswagen)

"Mais uma vez, ampliamos significativamente e fortalecemos nossas metas de proteção climática no ano de reporte. O Grupo Volkswagen tem como objetivo reduzir as emissões de CO<sub>2</sub> de seus veículos em 30% nas fases de produção e uso entre 2018 e 2030. A iniciativa independente Science Based Targets Initiative confirmou que, devido às suas metas climáticas, a empresa atende às condições para limitar o aquecimento global a 'significativamente abaixo de 2 graus Celsius'." (Traduzido para o português).

- E.3 – Proteção do sistema ecológico e da biodiversidade (Exemplo: Ford)

"Medidas proativas, incluindo planos detalhados de prevenção, controle e resposta a derramamentos, bem como planos de prevenção da poluição das águas pluviais, garantem a proteção ambiental tanto durante a construção quanto na operação. O Sistema Operacional Ambiental da Ford, baseado nos critérios da ISO 14001, assegura a conformidade ambiental contínua e a avaliação de desempenho." / "A Ford também apoia iniciativas ambientais locais, incluindo restauração de cursos d'água, campanhas de limpeza de resíduos, melhoria do acesso a rios e programas de revitalização de lagos." (Traduzido para o português).

- E.4 – Uso de recursos e economia circular (Exemplo: Hyundai)

"A Hyundai Motor Company está ajudando a enfrentar as crescentes preocupações com poluição e resíduos na Indonésia por meio da iniciativa global 'Hyundai Continue', que se concentra na criação de um ecossistema circular ao transformar resíduos descartados em produtos e recursos de valor." (Traduzido para o português).

- E.5 – Emissões de poluentes (Exemplo: Honda)

"Para permanecer como uma 'empresa que a sociedade deseja que exista', a Honda estabeleceu a 'Visão Ambiental e de Segurança da Honda' em 2011. Essa visão busca alcançar a 'alegria e liberdade de mobilidade' e uma 'sociedade sustentável na qual as pessoas possam desfrutar da vida'. Em todas as nossas operações globais, a Honda está comprometida em reduzir todas as formas de impacto ambiental. Nossos esforços incluem a redução das emissões de gases de efeito estufa (GEE), consideradas uma das causas das mudanças climáticas, bem como a diminuição do consumo de energia, a melhoria da eficiência no uso de recursos como

água e minerais, a gestão e redução adequadas de resíduos e a preservação da biodiversidade, como parte do nosso compromisso com a proteção do meio ambiente global." (Traduzido para o português).

- E.6 – Gestão de resíduos (Exemplo: General Motors – GM)

"A GM alcançou sua meta de desviar mais de 90% de seus resíduos operacionais totais de aterros sanitários, incineradores e instalações de recuperação de energia, três anos antes do prazo previsto para 2025." (Traduzido para o português).

Os exemplos apresentados demonstram que as informações ambientais divulgadas pelas empresas abrangem políticas, metas, compromissos e ações relacionadas à gestão dos impactos ambientais, à redução de emissões, à biodiversidade, à economia circular e à gestão de resíduos. Contudo, como os trechos possuem finalidade exemplificativa e correspondem a um recorte das informações encontradas, não é possível determinar, com base apenas nesses exemplos, a frequência ou a predominância de determinado tipo de divulgação. Os resultados permitem afirmar que todos os temas ambientais do checklist estavam presentes nas fontes analisadas, mas não que tenham recebido o mesmo nível de destaque ou aprofundamento por todas as empresas.

De forma complementar, são apresentados a seguir exemplos relacionados aos aspectos sociais (S.1 a S.4), os quais permitem observar como as empresas abordam temas como responsabilidade social, inovação ética, bem-estar dos colaboradores e gestão da cadeia de valor.

- S.1 – Revitalização rural e contribuição social (Exemplo: BYD)

"A BYD está comprometida em melhorar a qualidade de vida dos moradores das comunidades locais na África do Sul, promovendo o desenvolvimento sustentável da sociedade local e contribuindo para a construção de um ambiente comunitário global mais harmonioso e próspero." (Traduzido para o português).

- S.2 – Inovação e ética tecnológica (Exemplo: BMW)

"O Grupo BMW continua acompanhando os desenvolvimentos globais tanto em termos de inovações tecnológicas quanto de questões regulatórias e éticas. Em conjunto com outras empresas e organizações, o Grupo BMW está envolvido na formulação e desenvolvimento de

um conjunto de regras para o uso da inteligência artificial, além de ter participado ativamente do processo de consulta em andamento da Comissão Europeia." (Traduzido para o português).

#### - S.3 – Colaboradores (Exemplo: Tesla)

"A Tesla está comprometida em fornecer equipamentos de qualidade, acesso à água potável, ferramentas seguras e os equipamentos de proteção necessários para manter seus colaboradores seguros. Os funcionários participam da identificação de riscos potenciais, antecipam exposições e perigos e atuam para eliminar ou controlar possíveis riscos no ambiente de trabalho. A Tesla fornece continuamente informações de segurança, treinamentos e os recursos necessários para manter um ambiente de trabalho seguro. Os colaboradores têm autonomia para interromper o trabalho caso identifiquem condições ou comportamentos inseguros, permitindo que correções sejam feitas para a execução segura das atividades." (Traduzido para o português).

#### - S.4 – Fornecedores e clientes (Exemplo: Mercedes-Benz)

"Buscamos garantir que nossos produtos contenham apenas matérias-primas e materiais que tenham sido extraídos e produzidos sem violar direitos humanos e padrões ambientais. Devido à complexidade da cadeia de suprimentos e à variedade de matérias-primas e outros materiais presentes em nossos produtos, a Mercedes-Benz adota uma abordagem estratégica baseada em riscos." (Traduzido para o português).

Os exemplos referentes às categorias sociais demonstram que as empresas analisadas divulgam informações relacionadas à contribuição social, à ética tecnológica, às condições oferecidas aos colaboradores e às relações com fornecedores e clientes. A presença desses temas nas dez empresas evidencia que a comunicação institucional das montadoras contempla diferentes públicos afetados por suas atividades, mostrando-se coerente com a Teoria dos Stakeholders. Sob a perspectiva da Teoria da Divulgação Discricionária, os exemplos selecionados apresentam predominantemente compromissos, políticas e ações de conteúdo favorável à imagem institucional. Entretanto, como a pesquisa verificou a presença das informações sem avaliar sistematicamente a proporção entre conteúdos positivos e negativos ou a efetividade das práticas divulgadas, os resultados devem ser interpretados como evidências da abrangência temática do disclosure, e não como comprovação do desempenho socioambiental das organizações.

Os resultados encontrados também podem ser relacionados aos achados de pesquisas anteriores sobre disclosure socioambiental. Neves et al. (2022), ao analisarem o contexto brasileiro, identificaram crescimento superior a 51% na publicação voluntária de relatórios de sustentabilidade entre 2010 e 2020, indicando maior presença dessas informações na comunicação corporativa. Os autores também encontraram relação positiva entre práticas ambientais e de governança e indicadores financeiros, como o ROA e o Q de Tobin, embora tenham ressaltado a existência de divergências na literatura quanto à intensidade e à consistência desses efeitos. Embora o estudo de Neves et al. (2022) apresente contexto, amostra e objetivos diferentes dos adotados nesta pesquisa, seus resultados convergem com a ampla presença de informações ambientais e sociais identificada entre as grandes montadoras analisadas, indicando a crescente relevância dessas práticas na comunicação institucional das empresas.

## 5 CONCLUSÕES

Este trabalho teve como objetivo analisar a presença e a abrangência das informações ambientais e sociais divulgadas por empresas do setor automotivo em seus websites e documentos institucionais. Para isso, realizou-se uma pesquisa qualitativa, descritiva e documental, estruturada com base em um checklist composto por dez categorias, sendo seis ambientais e quatro sociais, aplicadas à observação direta dos sites de dez montadoras globais selecionadas com base em seu destaque no ranking da Forbes Global 2000 de 2025. A análise considerou exclusivamente as informações disponibilizadas publicamente nos websites institucionais, em seções específicas ou em relatórios de sustentabilidade.

Os principais resultados da pesquisa indicam que todas as empresas analisadas divulgaram informações relacionadas aos itens do checklist proposto. Foram identificados conteúdos sobre gestão ambiental, mitigação das mudanças climáticas, uso de recursos, economia circular, inovação tecnológica e relações com colaboradores e fornecedores. Esses achados evidenciam que as grandes montadoras analisadas apresentam, em seus websites e documentos institucionais, um discurso alinhado à transparência e à responsabilidade socioambiental. Entretanto, a presença dessas informações não permite afirmar que as práticas divulgadas sejam efetivamente realizadas ou que exista o mesmo grau de comprometimento entre as empresas, uma vez que a pesquisa se restringiu à análise do conteúdo publicado pelas próprias organizações.

É importante salientar que a amostra analisada foi composta exclusivamente por grandes corporações multinacionais com forte presença global. Essa escolha pode ter influenciado os resultados, uma vez que empresas desse porte tendem a possuir mais recursos, equipes especializadas, maior exposição internacional e maior pressão de investidores e de outros stakeholders, como clientes, colaboradores, fornecedores e comunidades, pela divulgação de informações ambientais e sociais. Entretanto, o método adotado não permite identificar qual desses públicos é priorizado pelas empresas em sua comunicação institucional. Assim, a ampla presença de informações identificada não deve ser generalizada para toda a indústria automotiva, especialmente para empresas menores ou com atuação regional e nacional.

Além disso, ainda que os dez itens do checklist tenham sido contemplados pelas empresas analisadas, é importante considerar que a abordagem utilizada nesta pesquisa foi generalista. Ou seja, foram buscadas evidências amplas de cada item, e não análises aprofundadas de subcomponentes específicos. Assim, existe a possibilidade de que informações mais técnicas ou pontuais relacionadas a determinadas práticas não tenham sido identificadas com o nível de detalhe desejado.

Essa limitação abre espaço para pesquisas futuras, que poderão aprofundar a metodologia adotada, desmembrando os tópicos do checklist em subcategorias mais específicas (por exemplo, expandindo os dez itens para trinta ou mais), o que permitiria uma análise mais granular e precisa sobre a abrangência e a qualidade do *disclosure* praticado pelas empresas. Outra oportunidade seria comparar os resultados entre sites institucionais em diferentes idiomas (inglês, português, espanhol), a fim de avaliar a consistência da informação divulgada em cada contexto geográfico e cultural. Pesquisas futuras também poderão incorporar a dimensão de governança, utilizando indicadores específicos para analisar de forma integrada os três pilares do ESG, além da ampliação da amostra, incluindo empresas automotivas de menor porte e de atuação regional, a fim de comparar seus níveis de divulgação socioambiental com os observados entre grandes montadoras globais.

Em síntese, os resultados demonstraram que as grandes montadoras globais analisadas disponibilizam informações relacionadas a todos os aspectos ambientais e sociais contemplados pelo checklist. Verificou-se a presença de políticas, metas, compromissos e ações voltadas à gestão ambiental, às mudanças climáticas, à economia circular, às emissões, aos resíduos, à responsabilidade social, à inovação tecnológica, aos colaboradores e à cadeia de suprimentos. Dessa forma, conclui-se que a divulgação socioambiental ocupa espaço relevante na comunicação institucional das empresas pesquisadas.



Entretanto, a presença das informações não significa necessariamente que a divulgação ocorra de maneira padronizada, equilibrada ou com o mesmo nível de profundidade entre as organizações. Também não foi possível avaliar, por meio do método adotado, a efetividade das práticas divulgadas ou verificar se os resultados apresentados pelas empresas correspondem integralmente às ações realizadas. Portanto, a principal conclusão do estudo refere-se à abrangência da divulgação encontrada nos websites e documentos institucionais das grandes montadoras analisadas, respeitando-se as delimitações da amostra e do instrumento de pesquisa.

## 6 REFERÊNCIAS

- Baione, M. G., Riccio, E. L., Maccari, E. A., & Hollnagel, H. C. (2025). Critical success factors in ESG: Asymmetries between corporate communication and investor perceptions. *Revista de Administração da UFSM*, 18(4), e4. <https://doi.org/10.5902/1983465993571>
- Batista, C. A., & Hammes Jr., D. D. (2019). Análise do nível de evidenciação de informações socioambientais das empresas de papel e celulose listadas na B3. In *Anais do 9º Congresso UFSC de Contabilidade e Controladoria*. Santa Catarina.
- Cornell, B., & Damodaran, A. (2020). Valuing ESG: Doing good or sounding good? NYU Stern School of Business, 1-29. <https://www.pmresearch.com/content/pmrjesg/1/1/76>
- Costa, I. L. S., Correia, T. S., Paulo, E., & Lucena, W. G. L. (2018). Impacto do disclosure voluntário: valor da empresa e informações socioambientais nas companhias abertas. *Revista Contabilidade, Gestão e Governança*, 21(2), 271–287. [https://doi.org/10.51341/1984-3925\\_2018v21n2a7](https://doi.org/10.51341/1984-3925_2018v21n2a7)
- Dye, R. A. (2001). An evaluation of ‘essays on disclosure’ and the disclosure literature in accounting. *Journal of Accounting and Economics*, 32(1-3), 181-235. [https://doi.org/10.1016/S01654101\(01\)00024-6](https://doi.org/10.1016/S01654101(01)00024-6)
- Forbes. (2025). Global 2000: The world’s largest companies. <https://www.forbes.com/lists/global2000/>

- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B., & Colle, S. d. (2010). *Stakeholder Theory: The State of the Art*. New York: Cambridge University Press.
- Friedman, A. L., & Miles, S. (2002). Developing stakeholder theory. *Journal of management studies*, 39(1), 1-21.
- Huang, Q., Zhang, Y., Li, X., Mu, X., & Wang, M. (2025). Unmasking Isomorphic Behaviors in Corporate Sustainability: Evidence From ESG Disclosure and Practices in Emerging Markets. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 32(4), 4690–4725. <https://doi.org/10.1002/csr.3202>
- Irigaray, H. A. R., & Stocker, F. (2024). Reflexões sobre resiliência empresarial, governança corporativa e responsabilidade social. *Cadernos EBAPE.BR*, 22(1), e90025. <https://doi.org/10.1590/1679-395190025>
- Kronbauer Junior, A., Mazzioni, S., Leite, M., Dal Magro, C. B., & Soschinski, C. K. (2025). Desempenho e controvérsias ESG: análise dos determinantes em países emergentes. *RGO – Revista Gestão Organizacional*, 18(3), 6–28. <http://dx.doi.org/10.22277/rgo.v18i3.8725>
- Neves, C., Chagas, G. M. O., Santos, J. F., & Almeida, M. A. (2022). As práticas corporativas de ESG e desempenho financeiro das empresas brasileiras. In *25º Seminários em Administração (SemeAd)*. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP). <https://login.semead.com.br/25semead/anais/arquivos/1914.pdf>.
- Nhagutou, B. A., & Malaquias, R. F. (2026). Legibilidade de informações sociais e ambientais no setor de agronegócio 2015-2024: Uma análise com empresas listadas na B3, com apoio de inteligência artificial. *Revista Catarinense da Ciência Contábil*, 25, 1–23, e3678. <https://doi.org/10.16930/2237-7662202636781>
- Nóbrega, M. B., Felipe, I. J. dos S., & Araújo, R. L. F. de. (2025). ESG na formação de carteiras: O que revela a literatura científica? *RAE-Revista de Administração de Empresas*, 65(6), 1–24, e2024-0569. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020250606>

Ribeiro, M. S. (2010). Contabilidade ambiental (2ª ed.). São Paulo: Saraiva.

Romão, B. J. P., & Callado, A. A. C. (2020). Relação entre o Disclosure de Indicadores de Desempenho Não Financeiros e o Valor de Mercado das Empresas de Capital Aberto. In: 10º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças, Online. Anais: Santa Catarina. [https://ccn-ufsccdn.s3.amazonaws.com/10CCF/20200712142205\\_id.pdf](https://ccn-ufsccdn.s3.amazonaws.com/10CCF/20200712142205_id.pdf)

Rover, S., Tomazzia, E. C., Murcia, F. D. R., & Borba, J. A. (2012). Explicações para a divulgação voluntária ambiental no Brasil utilizando a análise de regressão em painel. Revista de Administração - RAUSP, 47(2), 217-230. <https://doi.org/10.5700/rausp1035>

Santos, E. H., & Silva, M. A. (2017). Sustentabilidade empresarial: um novo modelo de negócio. Revista Ciência Contemporânea, 2(1), 75–94.

Silva, F. C. N. S. (2023). Sustentabilidade empresarial e ESG: uma distinção imperativa. Revista de Gestão e Secretariado, 14(1), 247–258. <https://doi.org/10.7769/gesec.v14i1.1510>

Silva, S. L. P., Costa, W. P. L. B. da, Silva, J. D. da, & Pedrosa, C. K. A. (2025). A qualidade das práticas ESG na B3: uma análise comparativa com base nas normas GRI. Sociedade, Contabilidade e Gestão, 20(3), 86–106.

Singh, K., & Misra, M. (2021). Linking corporate social responsibility (CSR) and organizational performance: The moderating effect of corporate reputation. European Research on Management and Business Economics, 27(1), 100139. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2020.100139>

Toniolli, F. G. A., Holgado-Silva, H. C., & Binotto, E. (2025). Práticas de ESG nas cooperativas agroindustriais: Um caminho para o desenvolvimento sustentável. Desafio Online, 13(3), 113–134. <https://doi.org/10.55028/don.v13i3.20217>

Villefort Júnior, J. R. P., Borges Junior, D. M., Machado, L. S., & Moura, P. J. P. (2026). Risco de ações de empresas com boas práticas ESG. Revista Catarinense da Ciência Contábil, 25, 1–16, e3575. <https://doi.org/10.16930/2237-7662202635751>

Zanin, A., Kaveski, I. D. S., Kruger, S. D., & Santos, E. A. (2025). Indicadores Environmental, Social and Governance (ESG) e volatilidade do mercado em empresas listadas na [B]3. RGO – Revista Gestão Organizacional, 18(3), 29–47. <http://dx.doi.org/10.22277/rgo.v18i3.8787>

## APÊNDICE A – LINKS ACESSADOS NOS SITES DAS EMPRESAS AUTOMOTIVAS ANALISADAS

O presente apêndice reúne os links dos websites oficiais das empresas automotivas que foram acessados durante a realização da pesquisa. Esses endereços eletrônicos direcionam para páginas específicas com informações relacionadas à divulgação de práticas ambientais e sociais (ESG), conforme previsto no objetivo do trabalho.

As páginas foram consultadas entre os dias 12 de janeiro e 16 de fevereiro de 2026 e permitiram a coleta dos dados com base no checklist proposto, abrangendo os tópicos definidos nas categorias Ambiental (E.1 a E.6) e Social (S.1 a S.4). A organização dos links foi realizada por empresa, com a indicação da respectiva data de acesso.

Todos os documentos listados foram elaborados ou disponibilizados pelas próprias empresas e utilizados como fontes primárias de análise, conforme metodologia adotada neste estudo.

| TOYOTA                                                                                                                                                                          | DATA DE ACESSO |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <a href="https://global.toyota/pages/global_toyota/sustainability/report/sdb/sdb24_en.pdf">https://global.toyota/pages/global_toyota/sustainability/report/sdb/sdb24_en.pdf</a> | 12/01/2026     |
| <a href="https://global.toyota/en/sustainability/esg/climate-change/">https://global.toyota/en/sustainability/esg/climate-change/</a>                                           | 12/01/2026     |
| <a href="https://global.toyota/en/sustainability/esg/nature/">https://global.toyota/en/sustainability/esg/nature/</a>                                                           | 12/01/2026     |
| <a href="https://global.toyota/en/sustainability/esg/recycling/">https://global.toyota/en/sustainability/esg/recycling/</a>                                                     | 12/01/2026     |
| <a href="https://global.toyota/en/sustainability/esg/intellectual-property/">https://global.toyota/en/sustainability/esg/intellectual-property/</a>                             | 12/01/2026     |

|                                                                                                                                   |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <a href="https://global.toyota/en/sustainability/esg/human-rights/">https://global.toyota/en/sustainability/esg/human-rights/</a> | 12/01/2026 |
| <a href="https://global.toyota/en/sustainability/esg/partners/">https://global.toyota/en/sustainability/esg/partners/</a>         | 12/01/2026 |

| <b>VOLKSWAGEN</b>                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>DATA DE ACESSO</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <a href="https://annualreport2020.volkswagenag.com/group-management-report/sustainable-value-enhancement/environmental-strategy.html">https://annualreport2020.volkswagenag.com/group-management-report/sustainable-value-enhancement/environmental-strategy.html</a>             | 12/01/2026            |
| <a href="https://annualreport2024.volkswagen-group.com/sustainability-report/environment/biodiversity-and-ecosystems.htm">https://annualreport2024.volkswagen-group.com/sustainability-report/environment/biodiversity-and-ecosystems.htm</a>                                     | 12/01/2026            |
| <a href="https://annualreport2022.volkswagenag.com/group-management-report/sustainable-value-enhancement/sustainability.html">https://annualreport2022.volkswagenag.com/group-management-report/sustainable-value-enhancement/sustainability.html</a>                             | 12/01/2026            |
| <a href="https://annualreport2024.volkswagen-group.com/sustainability-report/environment/resource-use-and-circular-economy.html">https://annualreport2024.volkswagen-group.com/sustainability-report/environment/resource-use-and-circular-economy.html</a>                       | 12/01/2026            |
| <a href="https://volkswagengroupchina.com.cn/en/csr/economicempowerment">https://volkswagengroupchina.com.cn/en/csr/economicempowerment</a>                                                                                                                                       | 12/01/2026            |
| <a href="https://annualreport2024.volkswagen-group.com/group-management-report/sustainable-value-enhancement/research-and-development.html">https://annualreport2024.volkswagen-group.com/group-management-report/sustainable-value-enhancement/research-and-development.html</a> | 12/01/2026            |
| <a href="https://annualreport2022.volkswagenag.com/group-management-report/sustainable-value-enhancement/employees.html">https://annualreport2022.volkswagenag.com/group-management-report/sustainable-value-enhancement/employees.html</a>                                       | 12/01/2026            |
| <a href="https://www.volkswagen-group.com/en/sustainability-in-the-supply-chain-16113">https://www.volkswagen-group.com/en/sustainability-in-the-supply-chain-16113</a>                                                                                                           | 12/01/2026            |

| <b>FORD</b>                                                                                                                                                                                                                                 | <b>DATA DE ACESSO</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <a href="https://www.fromtheroad.ford.com/us/en/articles/2025/ford-good-neighbor-plan-environment">https://www.fromtheroad.ford.com/us/en/articles/2025/ford-good-neighbor-plan-environment</a>                                             | 13/01/2026            |
| <a href="https://corporate.ford.com/microsites/sustainability-report-2020/protecting-our-planet.html">https://corporate.ford.com/microsites/sustainability-report-2020/protecting-our-planet.html</a>                                       | 13/01/2026            |
| <a href="https://www.fromtheroad.ford.com/ca/en/articles/2025/ford-makes-progress-in-building-a-more-sustainable-future">https://www.fromtheroad.ford.com/ca/en/articles/2025/ford-makes-progress-in-building-a-more-sustainable-future</a> | 13/01/2026            |
| <a href="https://corporate.ford.com/microsites/ford-trends-2024/the-trust-algorithm.html">https://corporate.ford.com/microsites/ford-trends-2024/the-trust-algorithm.html</a>                                                               | 13/01/2026            |
| <a href="https://corporate.ford.com/careers/inclusive-hiring/diversity/">https://corporate.ford.com/careers/inclusive-hiring/diversity/</a>                                                                                                 | 13/01/2026            |

| GENERAL MOTORS                                                                                                                                                                                | DATA DE ACESSO |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <a href="https://www.gm.com/content/dam/company/docs/us/en/gmcom/company/GM_2023_SR.pdf">https://www.gm.com/content/dam/company/docs/us/en/gmcom/company/GM_2023_SR.pdf</a>                   | 07/02/2026     |
| <a href="https://www.gm.com/impact/driving-big-change">https://www.gm.com/impact/driving-big-change</a>                                                                                       | 07/02/2026     |
| <a href="https://news.gm.com/home.detail.html/Pages/news/us/en/2023/apr/0428-sustainability.html">https://news.gm.com/home.detail.html/Pages/news/us/en/2023/apr/0428-sustainability.html</a> | 07/02/2026     |
| <a href="https://www.gm.com/impact/corporate-giving">https://www.gm.com/impact/corporate-giving</a>                                                                                           | 07/02/2026     |

| HYUNDAI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | DATA DE ACESSO |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <a href="https://www.hyundai.com/content/dam/hyundai/ww/en/images/company/sustainability/about-sustainability/2025/hmc-2025-sustainability-report-environmental-en-v2.pdf">https://www.hyundai.com/content/dam/hyundai/ww/en/images/company/sustainability/about-sustainability/2025/hmc-2025-sustainability-report-environmental-en-v2.pdf</a>                                                                                         | 07/02/2026     |
| <a href="https://www.hyundai.com/worldwide/en/company/sustainability/carbon-neutrality-vision">https://www.hyundai.com/worldwide/en/company/sustainability/carbon-neutrality-vision</a>                                                                                                                                                                                                                                                 | 07/02/2026     |
| <a href="https://www.hyundai.com/worldwide/en/newsroom/detail/hyundai-motor-promotes-waste-recycling-and-circular-ecosystem-in-indonesia-through-%25E2%2580%2598hyundai-continue%25E2%2580%2599-initiative-0000000136">https://www.hyundai.com/worldwide/en/newsroom/detail/hyundai-motor-promotes-waste-recycling-and-circular-ecosystem-in-indonesia-through-%25E2%2580%2598hyundai-continue%25E2%2580%2599-initiative-0000000136</a> | 07/02/2026     |
| <a href="https://www.hyundai.news/newsroom/dam/eu/brand/20250704_2025_sustainability_report/hmc-2025-sustainability-report-en.pdf">https://www.hyundai.news/newsroom/dam/eu/brand/20250704_2025_sustainability_report/hmc-2025-sustainability-report-en.pdf</a>                                                                                                                                                                         | 07/02/2026     |
| <a href="https://www.hyundaimotorgroup.com/en/story/CONT0000000000084664">https://www.hyundaimotorgroup.com/en/story/CONT0000000000084664</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 07/02/2026     |
| <a href="https://www.hyundaimotorgroup.com/en/story/CONT00000000000192886">https://www.hyundaimotorgroup.com/en/story/CONT00000000000192886</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 07/02/2026     |
| <a href="https://www.hyundai.com/worldwide/en/company/sustainability">https://www.hyundai.com/worldwide/en/company/sustainability</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 07/02/2026     |

| HONDA                                                                                                                 | DATA DE ACESSO |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <a href="https://global.honda/en/environment/basic_approach/">https://global.honda/en/environment/basic_approach/</a> | 07/02/2026     |
| <a href="https://global.honda/en/environment/approach/">https://global.honda/en/environment/approach/</a>             | 07/02/2026     |
| <a href="https://global.honda/en/social/">https://global.honda/en/social/</a>                                         | 07/02/2026     |
| <a href="https://global.honda/en/about/philosophy/">https://global.honda/en/about/philosophy/</a>                     | 07/02/2026     |
| <a href="https://global.honda/en/diversity/">https://global.honda/en/diversity/</a>                                   | 07/02/2026     |
| <a href="https://global.honda/en/supply_chain/">https://global.honda/en/supply_chain/</a>                             | 07/02/2026     |

| BMW | DATA DE ACESSO |
|-----|----------------|
|-----|----------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <a href="https://www.bmwgroup.com/en/sustainability/human-rights/responsibility-in-our-own-business-area.html">https://www.bmwgroup.com/en/sustainability/human-rights/responsibility-in-our-own-business-area.html</a>                                                                                                                                                 | 07/02/2026 |
| <a href="https://www.bmwgroup.com/en/sustainability.html#our-goals">https://www.bmwgroup.com/en/sustainability.html#our-goals</a>                                                                                                                                                                                                                                       | 07/02/2026 |
| <a href="https://www.bmwgroup.com/content/dam/grpw/websites/bmwgroup_com/responsibility/downloads/en/2024/BMW_Group_BiodiversityPolicy_EN_2024.pdf">https://www.bmwgroup.com/content/dam/grpw/websites/bmwgroup_com/responsibility/downloads/en/2024/BMW_Group_BiodiversityPolicy_EN_2024.pdf</a>                                                                       | 07/02/2026 |
| <a href="https://www.bmwgroup.com/en/sustainability/circular-economy.html">https://www.bmwgroup.com/en/sustainability/circular-economy.html</a>                                                                                                                                                                                                                         | 07/02/2026 |
| <a href="https://www.bmwgroup.com/content/dam/grpw/websites/bmwgroup_com/responsibility/downloads/en/2018/2018-BMW-Group-Environmental-Statement.pdf">https://www.bmwgroup.com/content/dam/grpw/websites/bmwgroup_com/responsibility/downloads/en/2018/2018-BMW-Group-Environmental-Statement.pdf</a>                                                                   | 07/02/2026 |
| <a href="https://www.bmwgroup.com/en/sustainability.html">https://www.bmwgroup.com/en/sustainability.html</a>                                                                                                                                                                                                                                                           | 07/02/2026 |
| <a href="https://www.bmwgroup.com/en/sustainability/society.html">https://www.bmwgroup.com/en/sustainability/society.html</a>                                                                                                                                                                                                                                           | 07/02/2026 |
| <a href="https://www.press.bmwgroup.com/global/article/detail/T0318411EN/seven-principles-for-ai-bmw-group-sets-out-code-of-ethics-for-the-use-of-artificial-intelligence?language=en">https://www.press.bmwgroup.com/global/article/detail/T0318411EN/seven-principles-for-ai-bmw-group-sets-out-code-of-ethics-for-the-use-of-artificial-intelligence?language=en</a> | 07/02/2026 |
| <a href="https://www.bmwgroup.com/en/sustainability/employees.html">https://www.bmwgroup.com/en/sustainability/employees.html</a>                                                                                                                                                                                                                                       | 07/02/2026 |
| <a href="https://www.bmwgroup.com/en/sustainability/supply-chain.html">https://www.bmwgroup.com/en/sustainability/supply-chain.html</a>                                                                                                                                                                                                                                 | 07/02/2026 |

| <b>MERCEDES</b>                                                                                                                                                                                                                                         | <b>DATA DE ACESSO</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <a href="https://group.mercedes-benz.com/sustainability/environment-climate/environmental-management/">https://group.mercedes-benz.com/sustainability/environment-climate/environmental-management/</a>                                                 | 07/02/2026            |
| <a href="https://group.mercedes-benz.com/sustainability/environment-climate/">https://group.mercedes-benz.com/sustainability/environment-climate/</a>                                                                                                   | 07/02/2026            |
| <a href="https://group.mercedes-benz.com/sustainability/environment-climate/environmental-management/biodiversity-policy.html">https://group.mercedes-benz.com/sustainability/environment-climate/environmental-management/biodiversity-policy.html</a> | 07/02/2026            |
| <a href="https://group.mercedes-benz.com/sustainability/resources-circularity/">https://group.mercedes-benz.com/sustainability/resources-circularity/</a>                                                                                               | 07/02/2026            |
| <a href="https://group.mercedes-benz.com/sustainability/society-governance/">https://group.mercedes-benz.com/sustainability/society-governance/</a>                                                                                                     | 07/02/2026            |
| <a href="https://group.mercedes-benz.com/sustainability/digital-trust/ai/">https://group.mercedes-benz.com/sustainability/digital-trust/ai/</a>                                                                                                         | 07/02/2026            |
| <a href="https://group.mercedes-benz.com/sustainability/people/">https://group.mercedes-benz.com/sustainability/people/</a>                                                                                                                             | 07/02/2026            |
| <a href="https://group.mercedes-benz.com/sustainability/human-rights/supply-chains/">https://group.mercedes-benz.com/sustainability/human-rights/supply-chains/</a>                                                                                     | 07/02/2026            |

| <b>TESLA</b> | <b>DATA DE ACESSO</b> |
|--------------|-----------------------|
|--------------|-----------------------|

|                                                                                                                                                                       |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <a href="https://www.tesla.com/legal/additional-resources#tesla-global-ehss-policy">https://www.tesla.com/legal/additional-resources#tesla-global-ehss-policy</a>     | 16/02/2026 |
| <a href="https://www.tesla.com/impact">https://www.tesla.com/impact</a>                                                                                               | 16/02/2026 |
| <a href="https://www.tesla.com/legal/additional-resources">https://www.tesla.com/legal/additional-resources</a>                                                       | 16/02/2026 |
| <a href="https://www.tesla.com/support/charging/wall-connector-donation-program">https://www.tesla.com/support/charging/wall-connector-donation-program</a>           | 16/02/2026 |
| <a href="https://www.tesla.com/legal/additional-resources#global-human-rights-policy">https://www.tesla.com/legal/additional-resources#global-human-rights-policy</a> | 16/02/2026 |
| <a href="https://www.tesla.com/privacy">https://www.tesla.com/privacy</a>                                                                                             | 16/02/2026 |

| <b>BYD</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>DATA DE ACESSO</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| <a href="https://www.bydglobal.com/sitesresources/common/tools/generic/web/viewer.html?file=%2Fsites%2FSatellite%2F%20PDF%20Viewer%3Fblobcol%3Durldata%26blobheader%3Dapplication%252Fpdf%26blobkey%3Did%26blobtable%3DMungoBlobs%26blobwhere%3D1638928504148%26ssbinary%3Dtrue">https://www.bydglobal.com/sitesresources/common/tools/generic/web/viewer.html?file=%2Fsites%2FSatellite%2F%20PDF%20Viewer%3Fblobcol%3Durldata%26blobheader%3Dapplication%252Fpdf%26blobkey%3Did%26blobtable%3DMungoBlobs%26blobwhere%3D1638928504148%26ssbinary%3Dtrue</a> | 16/02/2026            |

## **APÊNDICE B – REGISTRO DE DIVULGAÇÃO DAS INFORMAÇÕES ESG PELAS EMPRESAS AUTOMOTIVAS**

O presente apêndice apresenta o registro sistematizado da análise das informações ambientais e sociais (ESG) divulgadas pelas empresas automotivas selecionadas neste estudo. A tabela correspondente a cada empresa contém a verificação da divulgação de tópicos ambientais (E.1 a E.6) e sociais (S.1 a S.4), bem como a respectiva data de análise.

Essas tabelas foram elaboradas com base no checklist definido na metodologia da pesquisa e representam o resultado do processo de investigação realizado diretamente nos websites oficiais das empresas. O objetivo deste apêndice é oferecer suporte empírico aos resultados discutidos no corpo do trabalho, assegurando transparência e reprodutibilidade à análise desenvolvida.



|            | <b>TOYOTA</b>                                     | <b>DIVULGADO?</b> | <b>DATA DE ANÁLISE</b> |
|------------|---------------------------------------------------|-------------------|------------------------|
|            | <b>AMBIENTAL</b>                                  |                   |                        |
| <b>E.1</b> | Gestão ambiental geral                            | SIM               | 12/01/2026             |
| <b>E.2</b> | Mitigação e adaptação às mudanças climáticas      | SIM               | 12/01/2026             |
| <b>E.3</b> | Proteção do sistema ecológico e da biodiversidade | SIM               | 12/01/2026             |
| <b>E.4</b> | Uso de recursos e economia circular               | SIM               | 12/01/2026             |
| <b>E.5</b> | Emissões de poluentes                             | SIM               | 12/01/2026             |
| <b>E.6</b> | Gestão de resíduos                                | SIM               | 12/01/2026             |
|            | <b>SOCIAL</b>                                     |                   |                        |
| <b>S.1</b> | Revitalização rural e contribuição social         | SIM               | 12/01/2026             |
| <b>S.2</b> | Inovação e ética tecnológica                      | SIM               | 12/01/2026             |
| <b>S.3</b> | Colaboradores                                     | SIM               | 12/01/2026             |
| <b>S.4</b> | Fornecedores e clientes                           | SIM               | 12/01/2026             |

|            | <b>VOLKSWAGEN</b>                                 | <b>DIVULGADO?</b> | <b>DATA DE ANÁLISE</b> |
|------------|---------------------------------------------------|-------------------|------------------------|
|            | <b>AMBIENTAL</b>                                  |                   |                        |
| <b>E.1</b> | Gestão ambiental geral                            | SIM               | 12/01/2026             |
| <b>E.2</b> | Mitigação e adaptação às mudanças climáticas      | SIM               | 12/01/2026             |
| <b>E.3</b> | Proteção do sistema ecológico e da biodiversidade | SIM               | 12/01/2026             |
| <b>E.4</b> | Uso de recursos e economia circular               | SIM               | 12/01/2026             |

|            |                                           |     |            |
|------------|-------------------------------------------|-----|------------|
| <b>E.5</b> | Emissões de poluentes                     | SIM | 12/01/2026 |
| <b>E.6</b> | Gestão de resíduos                        | SIM | 12/01/2026 |
|            | <b>SOCIAL</b>                             |     |            |
| <b>S.1</b> | Revitalização rural e contribuição social | SIM | 12/01/2026 |
| <b>S.2</b> | Inovação e ética tecnológica              | SIM | 12/01/2026 |
| <b>S.3</b> | Colaboradores                             | SIM | 12/01/2026 |
| <b>S.4</b> | Fornecedores e clientes                   | SIM | 12/01/2026 |

|            | <b>FORD</b>                                       | <b>DIVULGADO?</b> | <b>DATA DE ANÁLISE</b> |
|------------|---------------------------------------------------|-------------------|------------------------|
|            | <b>AMBIENTAL</b>                                  |                   |                        |
| <b>E.1</b> | Gestão ambiental geral                            | SIM               | 13/01/2026             |
| <b>E.2</b> | Mitigação e adaptação às mudanças climáticas      | SIM               | 13/01/2026             |
| <b>E.3</b> | Proteção do sistema ecológico e da biodiversidade | SIM               | 13/01/2026             |
| <b>E.4</b> | Uso de recursos e economia circular               | SIM               | 13/01/2026             |
| <b>E.5</b> | Emissões de poluentes                             | SIM               | 13/01/2026             |
| <b>E.6</b> | Gestão de resíduos                                | SIM               | 13/01/2026             |
|            | <b>SOCIAL</b>                                     |                   |                        |
| <b>S.1</b> | Revitalização rural e contribuição social         | SIM               | 13/01/2026             |
| <b>S.2</b> | Inovação e ética tecnológica                      | SIM               | 13/01/2026             |
| <b>S.3</b> | Colaboradores                                     | SIM               | 13/01/2026             |
| <b>S.4</b> | Fornecedores e clientes                           | SIM               | 13/01/2026             |

|            | <b>GENERAL MOTORS</b>                             | <b>DIVULGADO?</b> | <b>DATA DE ANÁLISE</b> |
|------------|---------------------------------------------------|-------------------|------------------------|
|            | <b>AMBIENTAL</b>                                  |                   |                        |
| <b>E.1</b> | Gestão ambiental geral                            | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.2</b> | Mitigação e adaptação às mudanças climáticas      | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.3</b> | Proteção do sistema ecológico e da biodiversidade | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.4</b> | Uso de recursos e economia circular               | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.5</b> | Emissões de poluentes                             | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.6</b> | Gestão de resíduos                                | SIM               | 07/02/2026             |
|            | <b>SOCIAL</b>                                     |                   |                        |
| <b>S.1</b> | Revitalização rural e contribuição social         | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>S.2</b> | Inovação e ética tecnológica                      | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>S.3</b> | Colaboradores                                     | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>S.4</b> | Fornecedores e clientes                           | SIM               | 07/02/2026             |

|            | <b>HYUNDAI</b>                                    | <b>DIVULGADO?</b> | <b>DATA DE ANÁLISE</b> |
|------------|---------------------------------------------------|-------------------|------------------------|
|            | <b>AMBIENTAL</b>                                  |                   |                        |
| <b>E.1</b> | Gestão ambiental geral                            | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.2</b> | Mitigação e adaptação às mudanças climáticas      | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.3</b> | Proteção do sistema ecológico e da biodiversidade | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.4</b> | Uso de recursos e economia circular               | SIM               | 07/02/2026             |

|            |                                           |     |            |
|------------|-------------------------------------------|-----|------------|
| <b>E.5</b> | Emissões de poluentes                     | SIM | 07/02/2026 |
| <b>E.6</b> | Gestão de resíduos                        | SIM | 07/02/2026 |
|            | <b>SOCIAL</b>                             |     |            |
| <b>S.1</b> | Revitalização rural e contribuição social | SIM | 07/02/2026 |
| <b>S.2</b> | Inovação e ética tecnológica              | SIM | 07/02/2026 |
| <b>S.3</b> | Colaboradores                             | SIM | 07/02/2026 |
| <b>S.4</b> | Fornecedores e clientes                   | SIM | 07/02/2026 |

|            | <b>HONDA</b>                                      | <b>DIVULGADO?</b> | <b>DATA DE ANÁLISE</b> |
|------------|---------------------------------------------------|-------------------|------------------------|
|            | <b>AMBIENTAL</b>                                  |                   |                        |
| <b>E.1</b> | Gestão ambiental geral                            | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.2</b> | Mitigação e adaptação às mudanças climáticas      | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.3</b> | Proteção do sistema ecológico e da biodiversidade | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.4</b> | Uso de recursos e economia circular               | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.5</b> | Emissões de poluentes                             | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.6</b> | Gestão de resíduos                                | SIM               | 07/02/2026             |
|            | <b>SOCIAL</b>                                     |                   |                        |
| <b>S.1</b> | Revitalização rural e contribuição social         | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>S.2</b> | Inovação e ética tecnológica                      | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>S.3</b> | Colaboradores                                     | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>S.4</b> | Fornecedores e clientes                           | SIM               | 07/02/2026             |

|            | <b>BMW</b>                                        | <b>DIVULGADO?</b> | <b>DATA DE ANÁLISE</b> |
|------------|---------------------------------------------------|-------------------|------------------------|
|            | <b>AMBIENTAL</b>                                  |                   |                        |
| <b>E.1</b> | Gestão ambiental geral                            | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.2</b> | Mitigação e adaptação às mudanças climáticas      | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.3</b> | Proteção do sistema ecológico e da biodiversidade | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.4</b> | Uso de recursos e economia circular               | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.5</b> | Emissões de poluentes                             | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.6</b> | Gestão de resíduos                                | SIM               | 07/02/2026             |
|            | <b>SOCIAL</b>                                     |                   |                        |
| <b>S.1</b> | Revitalização rural e contribuição social         | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>S.2</b> | Inovação e ética tecnológica                      | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>S.3</b> | Colaboradores                                     | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>S.4</b> | Fornecedores e clientes                           | SIM               | 07/02/2026             |

|            | <b>MERCEDES</b>                                   | <b>DIVULGADO?</b> | <b>DATA DE ANÁLISE</b> |
|------------|---------------------------------------------------|-------------------|------------------------|
|            | <b>AMBIENTAL</b>                                  |                   |                        |
| <b>E.1</b> | Gestão ambiental geral                            | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.2</b> | Mitigação e adaptação às mudanças climáticas      | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.3</b> | Proteção do sistema ecológico e da biodiversidade | SIM               | 07/02/2026             |
| <b>E.4</b> | Uso de recursos e economia circular               | SIM               | 07/02/2026             |

|            |                                           |     |            |
|------------|-------------------------------------------|-----|------------|
| <b>E.5</b> | Emissões de poluentes                     | SIM | 07/02/2026 |
| <b>E.6</b> | Gestão de resíduos                        | SIM | 07/02/2026 |
|            | <b>SOCIAL</b>                             |     |            |
| <b>S.1</b> | Revitalização rural e contribuição social | SIM | 07/02/2026 |
| <b>S.2</b> | Inovação e ética tecnológica              | SIM | 07/02/2026 |
| <b>S.3</b> | Colaboradores                             | SIM | 07/02/2026 |
| <b>S.4</b> | Fornecedores e clientes                   | SIM | 07/02/2026 |

|            | <b>TESLA</b>                                      | <b>DIVULGADO?</b> | <b>DATA DE ANÁLISE</b> |
|------------|---------------------------------------------------|-------------------|------------------------|
|            | <b>AMBIENTAL</b>                                  |                   |                        |
| <b>E.1</b> | Gestão ambiental geral                            | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>E.2</b> | Mitigação e adaptação às mudanças climáticas      | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>E.3</b> | Proteção do sistema ecológico e da biodiversidade | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>E.4</b> | Uso de recursos e economia circular               | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>E.5</b> | Emissões de poluentes                             | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>E.6</b> | Gestão de resíduos                                | SIM               | 16/02/2026             |
|            | <b>SOCIAL</b>                                     |                   |                        |
| <b>S.1</b> | Revitalização rural e contribuição social         | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>S.2</b> | Inovação e ética tecnológica                      | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>S.3</b> | Colaboradores                                     | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>S.4</b> | Fornecedores e clientes                           | SIM               | 16/02/2026             |

|            | <b>BYD</b>                                        | <b>DIVULGADO?</b> | <b>DATA DE ANÁLISE</b> |
|------------|---------------------------------------------------|-------------------|------------------------|
|            | <b>AMBIENTAL</b>                                  |                   |                        |
| <b>E.1</b> | Gestão ambiental geral                            | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>E.2</b> | Mitigação e adaptação às mudanças climáticas      | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>E.3</b> | Proteção do sistema ecológico e da biodiversidade | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>E.4</b> | Uso de recursos e economia circular               | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>E.5</b> | Emissões de poluentes                             | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>E.6</b> | Gestão de resíduos                                | SIM               | 16/02/2026             |
|            | <b>SOCIAL</b>                                     |                   |                        |
| <b>S.1</b> | Revitalização rural e contribuição social         | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>S.2</b> | Inovação e ética tecnológica                      | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>S.3</b> | Colaboradores                                     | SIM               | 16/02/2026             |
| <b>S.4</b> | Fornecedores e clientes                           | SIM               | 16/02/2026             |