

# **Análise das informações das ações de Responsabilidade Socioambiental divulgadas pelas empresas do agronegócio brasileiro e as correntes filosóficas da Ética Empresarial**

## **Resumo**

Este trabalho busca analisar as informações disponibilizadas pelas empresas do agronegócio brasileiro e identificar as ações de responsabilidade socioambiental desenvolvidas por elas na tentativa de minimizar os impactos gerados pela sua atuação no meio ambiente. O estudo avaliou as informações disponibilizadas pelas 100 maiores empresas do setor agrícola do Brasil, de acordo com o *ranking* da edição anual da revista Exame “Maiores & Melhores de 2009” da editora Abril. A partir das informações coletadas foi feita uma correlação com as três principais filosofias da Ética Empresarial: *Business Ethics*, *Business & Society* e *Social Issues Management*. O texto apresenta algumas das principais definições destas três abordagens e sua relação com a responsabilidade socioambiental, é discutido também o papel da contabilidade neste contexto. Na metodologia adotou-se uma métrica já utilizada para a análise do *disclosure* voluntário em empresas. Feitas as análises documentais, constatou-se que as ações realizadas pelas empresas podem ser explicadas pelas correntes da Ética Empresarial, todavia não há uma homogeneidade entre as empresas, além de existirem muitas que ainda negligenciam a divulgação de suas ações ambientais, não permitindo aos usuários uma visão mais ampla das suas atividades.

**Palavras-chave:** Responsabilidade ambiental. Ética. Evidenciação. Contabilidade. Agronegócio.

## **1. Introdução**

No Brasil, os ciclos econômicos, durante muito tempo, foram baseados nas produções primárias, este potencial chamava bastante atenção dos exploradores e dos governos, que se beneficiaram deste segmento. O agronegócio, impulsionado pelo crescimento do consumo e por outros ramos da atividade econômica, continua a destacar-se no cenário econômico brasileiro.

Entretanto, durante um longo período, diante de outras economias mais diversificadas, o setor foi reconhecido como estereótipo do atraso econômico dos países agroexportadores. Com a modernização das atividades do campo e a crescente demanda de consumo, os governos deixaram de combatê-lo, para agora incentivá-lo como um vetor de mudanças sociais positivas. De acordo com o Banco Nacional do Desenvolvimento do Brasil (BNDES), há investimentos crescentes, na tentativa de ampliar a contribuição desse setor, que já é significativa. O setor agrícola foi responsável por aproximadamente 23,3% do PIB do país, segundo pesquisas realizadas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento do Brasil (MAPA 2008).

Apesar dos seus benefícios econômicos, o agronegócio apresenta-se como um dos setores, potencialmente, poluidores, já que utiliza o meio-ambiente como base de suas atividades, deposita resíduos do processo produtivo neste meio ou dele retira recursos de forma a comprometer a capacidade de auto-renovação. Combater esses impactos ambientais é um dos grandes desafios para o setor, dado que o ramo depende do desenvolvimento de novas tecnologias e de ações socioambientais para diminuir sua interferência nociva na natureza.

A crescente conscientização dos impactos gerados pelas ações humanas, também, no agronegócio, aliado às forças concorrenciais, regulatórias e de políticas internacionais têm induzido as companhias a tomarem medidas corretivas para melhorar a qualidade de seus

processos operacionais, produtos e efeitos sobre o meio no qual estão inseridas, implicando com isso em assunção de responsabilidade socioambiental e posicionamento mais ético, equitativo e transparente da administração dessas empresas.

A transparência e o envolvimento socioambiental é um dos tópicos éticos de grande interesse dos *stakeholders* do setor, já que elas funcionam como indicadores da atuação corporativa no meio. A atenção para essa questão deveria se refletir na divulgação das informações das ações de responsabilidade socioambiental por parte da empresa em seus relatórios de administração, já que estes se apresentam como um veículo de comunicação mais usual no meio corporativo.

## **2. Questão de Pesquisa**

Em diversos setores econômicos, as empresas divulgam periodicamente relatórios anuais de sustentabilidade ou outros tipos de documentos, onde evidenciam não apenas seu desempenho financeiro, como também suas ações éticas e de responsabilidade socioambiental.

Estas ações são frutos de um comportamento ético que se expandiu durante a década de 60. Os conceitos foram evoluindo com o surgimento de três correntes filosóficas: *Business Ethics* (Ética Empresarial), *Business & Society* (Mercado e Sociedade) e *Social Issues Management* (Gestão de Questões Sociais). Atualmente, fala-se cada vez mais a respeito destas ações éticas e de responsabilidade socioambiental das empresas, entretanto, muitas vezes, os conceitos teóricos fundamentais e os interesses relacionados a estas práticas são esquecidos.

Vários trabalhos, como os de Cunha e Ribeiro (2006), Costa e Marion (2007), foram conduzidos para estudar as informações ambientais divulgadas pelas empresas de diversos setores e estas pesquisas demonstram que não é possível estabelecer uma relação de causa e efeito nestas divulgações, levando-se ao questionamento quanto à existência de informações que sejam, efetivamente, transparentes e úteis aos usuários.

Refletindo sobre o contexto apresentado, indaga-se:

- Existe transparência na divulgação das ações ambientais que buscam reparar os danos provocados pelas empresas do setor do agronegócio?
- Quais dados são disponibilizados?
- Essa evidenciação é uniforme entre as empresas do ramo?
- As ações relacionam-se com quais conceitos acadêmicos de ética?

## **3. Objetivo**

Desta forma, esta pesquisa terá por objetivo estudar os relatórios anuais e de sustentabilidade das maiores empresas do setor de agronegócios, sediadas no Brasil, buscando-se identificar a divulgação de informações sobre as práticas éticas de responsabilidade socioambiental, relacionado-as com os conceitos acadêmicos de ética.

Analizou-se a forma de divulgação destas informações e a qualidade dos dados disponibilizados nos relatórios corporativos, para verificar a atuação do setor do agronegócio diante da transparência exigida pela sociedade e a correlacionou a informação as correntes teóricas de ética estudadas.

## 4. Referencial Teórico

### 4.1 Ética Empresarial e Responsabilidade Socioambiental

O surgimento da ética empresarial está ligado diretamente à evolução social e econômica, e seu estudo foi impulsionado pelas mudanças vividas pela sociedade. De acordo com Kreitlon (2004), foi anos 60 que o questionamento ético e social das empresas ganhou força, época na qual o capitalismo encontrava-se sob fortes críticas. Esta temática deu origem a diversas discussões teóricas e, a partir dos anos 80, já haviam três escolas de pensamento: a *Business Ethics*, a *Business & Society*, e a *Social Issues Management*.

Ainda segundo a autora, pode-se distinguir as três correntes da seguinte forma:

- *Business Ethics* (Ética Empresarial): primeira corrente de todas elas, caracteriza-se por sua natureza normativa, centrada em valores e julgamentos morais. A corrente normativa afirma que as instituições, enquanto agentes devem estar sujeitas às mesmas regras morais que os indivíduos;
- *Business & Society* (Mercado e Sociedade): caracteriza-se por sua orientação sociopolítica e contratual, nesta abordagem há ênfase na relação de interdependência existente entre empresa e sociedade, ou seja, a empresa deve estar a serviço da sociedade que a legitima, e
- *Social Issues Management* (Gestão de Questões Sociais): destaca-se pelo seu cunho instrumental, voltada para a gestão estratégica das questões éticas, de natureza nitidamente utilitária, e trata os problemas sociais como variáveis a serem consideradas no âmbito da gestão estratégica.

Identificar estes conceitos de Ética é importante para se entender em qual linha filosófica estão atuando as empresas ou um setor. As organizações exercem um papel fundamental nas atividades humanas logo, suas decisões podem provocar grandes modificações em todos os meios sociais.

De uma forma geral, uma gestão socialmente responsável, segundo Young (2004), existe quando há uma relação ética e transparente com todos os públicos que se relacionam com a empresa para o desenvolvimento do seu negócio e da sociedade, preservando-se os recursos ambientais e humanos para as gerações futuras.

Apesar de existir outras definições teóricas, há um consenso para Shommer e Rocha (2007) de que as empresas precisam engajar-se mais no enfrentamento aos desafios coletivos da atualidade, tanto no campo produtivo, quanto social e ambiental.

As empresas, como participantes do meio social, possuem direito e deveres eminentes de sua atividade, não podem somente visar o lucro, devem entender que seu relacionamento com a sociedade implica em obrigações sociais (Pinto e Ribeiro, 2004).

Diante disto, há algum tempo muitas empresas já se atentaram para a questão ambiental e identificaram dentro desta problemática uma oportunidade estratégica de gestão e além ser um item de grande sensibilidade para os seres humanos. Segundo Leonardo (2006), esta importância reside no fato de que uma decisão errada na área ambiental pode provocar profundos efeitos, indo muito além da própria empresa, dos seus empregados e dos acionistas. Pode comprometer, seriamente, o futuro de muitas gerações. Assim, a atitude do gestor para com o ecossistema é o primeiro passo em direção da responsabilidade social e ambiental.

Os limites entre os conceitos de Ética Empresarial e Responsabilidade Socioambiental são bastante tênues, já que estão associados diretamente. Entretanto, para Ferrel (2001), o primeiro diz respeito a um conjunto de normas e padrões que orientam indivíduos e

instituições no ambiente de negócios e no segundo prevalece a obrigação que a empresa assume de maximizar os benefícios decorrentes da sua atividade econômica.

#### 4.2 Contabilidade e Evidenciação Socioambiental

A contabilidade como instrumento de apoio aos usuários, permite que estes analisem nível de eficiência, ou seja, o retorno dado aos recursos disponibilizados. Logo, o objetivo das informações contábeis é o de permitir que os usuários das informações sejam capazes de compreender o *status quo* financeiro e patrimonial de uma organização, e a sua evolução comparada a períodos anteriores, de modo que seja possível levantar inferências sobre tendências futuras e, por conseguinte, sejam tomadas as melhores decisões (IUDÍCIBUS; MARTINS, GELBCKE, 2003).

Outros autores, como Iudícibus & Marion (1999, p. 53), vão além e afirmam que a contabilidade pode expressar outros tipos de desempenho, como o social e o ambiental, sejam com informações descritivas ou quantitativas, monetárias ou não-monetárias. Logo, concluem que o objetivo da contabilidade é de fornecer informações sobre sua produtividade e desempenho social. Outros autores como Gonçalves (1980); Ribeiro (1998); Gray et al. (1998) incluem que os desempenhos sociais e ambientais devem comparecer nos relatórios administrativos.

De acordo com Murcia (2009, p. 15) entendem-se como evidenciação contábil, tanto os dados quantitativos quando os qualitativos, já que estes podem influenciar a tomada de decisões e os atos administrativos da empresa. Ou seja, a informação descritiva ou quantitativa, deve ser objetiva e verídica, pois ela compõe o papel da contabilidade que é de informar e dar suporte aos usuários na tomada de decisão.

É neste ponto, que a evidenciação das éticas de cunho ambiental torna-se um escopo da contabilidade, mesmo não reconhecida tradicionalmente. Esse tipo de informação é de interesse geral, já que a sociedade está demonstrando interesse por informações deste aspecto, assim as empresas e o meio contábil devem se adequar para ofertar informações de acordo com a necessidade do usuário.

#### 5. Metodologia

A metodologia deste trabalho constitui-se das seguintes etapas: pesquisa bibliográfica, pesquisa e análise documental.

A amostra pesquisada tem como base a edição anual da revista Exame “Maiores & Melhores de 2009”, com dados referentes ao ano de 2008, da editora Abril. A revista menciona grandes empresas, que atuam no Brasil, classificados por volume de faturamento e por setores econômicos, entre eles o *ranking* das cem maiores empresas do agronegócio brasileiro. Este trabalho utilizou-se destas, subdividindo-as por segmento de atuação no setor, conforme a Tabela 01.

Segmento de Atuação	Número de Empresas	Segmento de Atuação	Número de Empresas
Açúcar e álcool	8	Fumo	4
Adubos e Defensivos	16	Leite e derivados	7
Algodão e Grãos	6	Madeira e celulose	11
Aves e Suínos	10	Máquinas, equip. e ferram.	6
Café	1	Oleos, farinhas e conservas	22
Carne Bovina	5	Revenda de máq. e insumos	1
Couro	1	Têxteis	2

Tabela 01 - Elaborada pelos autores

A pesquisa documental e a coleta de dados foram divididas em três etapas:

- 1) Identificação das empresas e o seu formato de divulgação das informações. Essa primeira fase da coleta foi feita através dos sítios eletrônicos das empresas e dos relatórios administrativos disponibilizados;
- 2) Identificou-se as informações sobre as ações ambientais desenvolvidas;
- 3) Classificou-se informações de acordo com as escolas do pensamento ético e em seguida foram feitas as análises.

Durante a etapa 2, foi realizada a leitura na íntegra das informações sobre ações ambientais contidas nos relatórios. Para a classificação destas informações, adotou-se a métrica utilizada por Murcia (2009) para a análise do *disclosure* voluntário em empresas que possuem ações negociadas na principal bolsa de valores do Brasil (Quadro 01), na qual as ações foram subdivididas em categorias: monetárias, físicas e descritivas. Ressalta-se, ainda, que foram feitas algumas adaptações à métrica (Tabela 01).

Aliado aos critérios da métrica, procurou-se identificar se constavam nas informações outros parâmetros para a qualificação e análise dos dados coletados, conforme trabalhos realizados anteriormente (GRAY; KOUHY; LAVERS, 2005b; HACKSTON; MILNE, 1996; SALOMONE; GALUCCIO, 2001; NOSSA, 2002), que sugerem algumas categorias:

- Descrição da ação promovida (D);
- Número de beneficiários ou extensão numérica do benefício da ação (N); e
- Valores monetários despendidos pela empresa para a execução da ação (\$).

Ações de responsabilidade ambiental		Empresa (Ranking)		
Categorias	Subcategorias	Qualificação da		
		(S)	(N)	(D)
<u>Políticas Ambientais</u>	Pactos e Moratorias			
<u>Gestão e Auditoria Ambiental</u>	Gestão ambiental Auditoria ambiental			
<u>Impacto dos Produtos e Processos no Meio Ambiente</u>	Desperdícios e resíduos Processo de acondicionamento Reciclagem Desenvolvimento de produtos ecológicos Uso eficiente e/ou reutilização da água Impactos no meio ambiente (vazamento, derramamentos, terra) Reparos aos danos ambientais			
<u>Energia</u>	Conservação e/ou utilização mais eficiente nas operações Utilização de materiais desperdiçados na produção de energia Desenvolvimento ou exploração de novas fontes de energia			
<u>Informação Financeiras</u>	Investimentos ambientais e Doações			
<u>Educação e Pesquisa Ambiental</u>	Educação ambiental (internamente e/ou comunidade) Pesquisas relacionadas ao meio ambiente			
<u>Mercado de Crédito de Carbono</u>	Projeto de Mecanismos de Desenvolvimento Limpo (MDL) Créditos de Carbono Emissão de Gases do Efeito Estufa (GEE) Certificados de Emissões Reduzidas (CER)			
<u>Outras Informações Ambientais</u>	Menção relativa à sustentab ou desenvolvimento sustentável Gerenciamento de florestas e/ou reflorestamento Conservação da biodiversidade Relacionamento ambiental com stakeholders Adequações logísticas, organizacionais e físicas			

Quadro 01 – Métrica para coleta de dados de *disclosure* voluntário

Fonte: adaptado de Murcia (2009, p. 83-85).

## 6. Resultados e Análises

A partir do universo de empresas estudadas, constatou-se que dentre as cem empresas da amostra, 41% divulgam informações a respeito de sua responsabilidade social em relatórios documentais, sejam eles Relatórios Contábeis, Administrativos ou de Sustentabilidade, 38% evidenciam essas informações apenas nos domínios dos seus sítios eletrônicos e 21% não divulgam nenhuma informação relevante sobre sua atuação social, conforme a Tabela 02 demonstra a seguir.

Meio de divulgação	Relatórios	Sites	Não divulgam
Percentual de Empresas	41,0%	38,0%	21,0%

Tabela 02 - Elaborada pelos autores

Nota-se através desta observação que não há um predomínio de um meio de divulgação, os dois meios utilizados, via relatórios e via sítios eletrônicos, estão quase que empatados nesta análise. Outro dado relevante e, também, preocupante, é o fato de ter-se constatado que um número considerável de empresas do setor do agronegócio, não divulga nenhuma informação divulgando suas ações ambientais.

Analisando por grupo, através dos segmentos, pode-se identificar como esses percentuais encontram-se dissipados. A tabela 03 identifica o segmento de Adubos e

Defensivos, Café, Fumo e Madeira e Celulose, como os que mais utilizaram percentualmente os Relatórios como formato de divulgação.

Os segmentos Café e Fumo apresentaram apenas uma instituição listada, cada um, o que contribuiu para atingir essa numeração. Já os segmentos de Adubos e Defensivos e de Madeira e Celulose, por apresentar um universo maior de empresas listadas, indica que esta é a tendência de divulgação dos dois segmentos, visto que o primeiro tem sua atividade ligada diretamente ao desenvolvimento de toxinas defensivas e o segundo à extração madeireira.

Segmento	Relatórios	Sites	Não divulgam	Segmento	Relatórios	Sites	Não divulgam
Açúcar e álcool	50,0%	25,0%	25,0%	Fumo	100,0%	0,0%	0,0%
Adubos e Defensivos	62,5%	25,0%	12,5%	Leite e derivados	28,6%	57,1%	14,3%
Algodão e Grãos	16,7%	66,7%	16,7%	Madeira e celulose	72,7%	18,2%	9,1%
Aves e Suínos	30,0%	30,0%	40,0%	Máquinas, equip. e ferram.	16,7%	50,0%	33,3%
Café	100,0%	0,0%	0,0%	Óleos, farinhas e conservas	22,7%	54,5%	22,7%
Carne Bovina	40,0%	60,0%	0,0%	Revenda de máq. e insumos	0,0%	0,0%	100,0%
Couro	0,0%	0,0%	100,0%	Têxteis	0,0%	50,0%	50,0%

Tabela 03 - Elaborada pelos autores

Já os segmentos de Couro, com apenas uma empresa representante, e o de Revenda de Máquinas e Insumos, com seis empresas listadas, são os grupos que não divulgam as informações. Pode-se então considerar que este segundo segmento por ter seu foco de atuação as vendas, não incorpora a sua responsabilidade corporativa que é a degradação ambiental provocada pelos compradores de seus produtos, deixando exclusivamente a responsabilidade para os utilizadores e produtores dos itens.

As empresas que mais utilizaram seus sítios eletrônicos como mecanismo de divulgação, foram as dos grupos de Algodão e Grãos, Carne Bovina e Leites e Derivados. Nota-se que são segmentos com produtos populares e de grande comercialização, talvez por isso as empresas teriam optado pela evidencição de suas atividades de forma *on-line*, já que as informações chegariam mais facilmente aos usuários, porém este tipo de alternativa possibilitam o menor comprometimento das informações apresentadas pelas empresas, já que são facilmente alteradas, diferente da maneira documental.

Dentre as categorias de ações ambientais estudadas, a que se mostrou mais usual nas divulgações das empresas, foi a de “Desperdícios e resíduos”. Vários projetos foram realizados nesta área com o intuito de reduzir-se o desperdício de materiais e a destinação dos resíduos inerentes da atividade da empresa. Esta categoria de ação não se resume a responsabilidade ambiental, mas deve-se, também, a busca das instituições na tentativa de combater os custos produtivos e esta prática ética está intimamente relacionada a abordagem estratégica da corrente *Social Issues Management*, já que estas ações utilitárias ou instrumentais são boas para a sociedade e para a empresa. As informações destas ações apresentavam um grande número de dados qualitativos, pois já que está ligada diretamente a eficiência produtiva, na maioria das vezes mensurada em números, não se torna difícil sua evidencição. A tabela 04 mostra percentualmente quais informações são disponibilizadas com maior frequência em relação ao total de informações divulgadas pelas empresas.

Distribuição Percentual das Informações Divulgadas	
<u>Políticas Ambientais</u>	
Pactos e Moratorias (*)	1,71%
<u>Gestão e Auditoria Ambiental</u>	
Gestão ambiental	6,57%
Auditoria ambiental	0,00%
<u>Impacto dos Produtos e Processos no Meio Ambiente</u>	
Desperdícios e resíduos	11,14%
Processo de acondicionamento	0,00%
Reciclagem	6,00%
Desenvolvimento de produtos ecológicos	0,00%
Uso eficiente e/ou reutilização da água	8,57%
Impactos no meio ambiente (vazamento, derramamentos, terra)	1,14%
Reparos aos danos ambientais	1,71%
<u>Energia</u>	
Conservação e/ou utilização mais eficiente nas operações	3,71%
Utilização de materiais desperdiçados na produção de energia	2,00%
Desenvolvimento ou exploração de novas fontes de energia	2,86%
<u>Informação Financeiras Ambientais</u>	
Investimentos ambientais e Doações (*)	4,29%
<u>Educação e Pesquisa Ambiental</u>	
Educação ambiental (internamente e/ou comunidade)	7,71%
Pesquisas relacionadas ao meio ambiente	3,14%
<u>Mercado de Crédito de Carbono</u>	
Projeto de Mecanismos de Desenvolvimento Limpo (MDL)	1,14%
Créditos de Carbono	1,43%
Emissão de Gases do Efeito Estufa (GEE)	6,00%
Certificados de Emissões Reduzidas (CER)	0,00%
<u>Outras Informações Ambientais</u>	
Menção relativa à sustentabilidade ou desenvolvimento sustentável	8,57%
Gerenciamento de florestas e/ou reflorestamento	8,00%
Conservação da biodiversidade	5,71%
Relacionamento ambiental com stakeholders	4,86%
Adequações logísticas, organizacionais e físicas (*)	3,71%

Tabela 04 - Elaborada pelos autores

Outras categorias de ação em destaque foram: “Uso eficiente e/ou reutilização da água”, com possui características e motivos similares ao item mencionado anteriormente; e as ações de “Educação ambiental”, representada principalmente por eventos realizados para sociedade de uma forma geral e capacitações disponibilizadas para funcionários, fornecedores e clientes. As informações sobre “Educação ambiental”, de uma forma geral, destacam informes descritivos dos projetos e quantifica o numero de beneficiários, todavia não informa os valores monetários; esta ação atente aos interesses de diferentes grupos de atores sociais com os quais a empresa interage, logo, pode-se classificá-la como uma ação ética da corrente *Business & Society*.



Já as categorias menos divulgadas são as ações que envolvem “Desenvolvimento de produtos ecológicos”, “Reparos aos danos ambientais”- *Business Ethics* e “Projeto de Mecanismos de Desenvolvimento Limpo (MDL)”. A primeira caracteriza-se como ação ética do ramo de Gestão de Questões Sociais, já que trata de uma ação que poderia garantir uma vantagem para a empresa (competitiva) e para a sociedade e o estudo identificou que as ações que visam desenvolver produtos ecológicos são exclusivas de empresas com um mix de produtos variado e pertencentes a segmentos similares, o que indica uma influência da concorrência e do consumidor para esse tipo de decisão por parte da empresa. Além disso, as informações são basicamente descritivas, apenas constatando a criação do novo produto e seus benefícios.

As ações de “Reparos aos danos ambientais” figuram como uma das mais importantes, já que a empresa, para a execução, deveria mensurar o impacto ambiental promovido e esclarecer as atitudes tomadas, destacando dados qualitativos e quantitativos. Esta ação pode ser considerada da corrente de *Business Ethics*, pois se trata de uma obrigação moral institucional. Apesar desta sua característica observou-se uma negligência dessas informações.

Os “Projetos de Mecanismos de Desenvolvimento Limpo (MDL)”, foi outro ponto pouco explorado, provavelmente por ser uma ação que exija um alto investimento inicial. Contrapõe-se ao item anterior, as ações voltadas para “Emissão de Gases do Efeito Estufa (GEE)”, que são usualmente desenvolvidas pelas empresas do setor.

#### **4. Considerações Finais**

O crescimento do agronegócio em nível mundial despertou um interesse ainda maior do governo e empresariado brasileiro. Os avanços no setor superaram a esfera econômica e tem se ampliado para o campo da pesquisa, tecnologia e gestão eficiente.

Paralelamente a evolução deste setor, há um crescimento das cobranças de responsabilidade socioambiental corporativa, onde a sociedade exige que as empresas tornem públicas suas políticas e ações. Essa cobrança justifica-se, já que a empresa, principalmente aquelas com relação estreita com meio ambiente, consomem além de recursos financeiros e força física, utilizam-se dos recursos naturais. Diante deste fato, as empresas como integrantes da sociedade, necessitam esclarecer suas atitudes aos outros participantes do meio no qual co-habitam.

Uma maneira de prestar conta aos interessados nas atividades das empresas seria através da divulgação da atuação da empresa. A Contabilidade, com o objetivo de fornecer informações que ajudem ao usuário tomar suas decisões, pode ser utilizada como ferramenta de mensuração e evidenciação dos fatos, além de servir como base de estudo para os *stakeholders* possam analisar a eficiência das atividades da instituição com relação ao uso dos recursos ambientais.

Neste contexto, as ações das instituições empresariais necessitam convergir com os seus códigos éticos, para refletir sua conduta moral para a sociedade. A responsabilidade socioambiental representa um contrato social firmado a partir do desse código, com o objetivo de minimizar qualquer feito negativo à sociedade.

A partir da discussão de responsabilidade ambiental eminente a atividade do agrícola, buscou-se através deste trabalho identificar as características das informações ambientais voluntárias disponibilizadas pelas empresas 100 maiores empresas do agronegócio brasileiro. Assim chegou-se às seguintes considerações:

- Ainda há um número significativo de empresas que não divulgam informações dessa natureza, 21% do universo de empresas estudadas.
- As empresas que divulgam informações, ainda encontram-se divididas quanto ao meio de divulgação. Das 100 empresas listadas, 41 utilizam dos relatórios administrativos e 38 divulgam através dos seus *sites*.
- O segmento de Adubos e Defensivos e Madeira e Celulose, são os que mais utilizaram, em números absolutos, os Relatórios como formato de divulgação, percentualmente também se destacam. Já o grupo de Revenda de Máquinas e Insumos são os que menos divulgam as informações.
- Notou-se que o nível de informações ambientais não é uniforme, podendo estar ligado ao potencial poluente do grupo, a competição de imagem existente entre as empresas e até mesmo o nível de popularidade dos produtos comercializados.
- As ações que mais evidenciados, foram: “Uso eficiente e/ou reutilização da água”, “Educação ambiental”. Mostrando que é um predomínio das ações que buscam capacitação e redução de custos, projetos que beneficiam em grande parte a empresa.
- Já entre as atividades menos divulgadas encontra-se: as ações que envolvem “Desenvolvimento de produtos ecológicos”, “Reparos aos danos ambientais” e “MDL”.
- As informações divulgadas pelas empresas são majoritariamente descritivas, o que impede o usuário de conhecer a real amplitude das ações desenvolvidas, tirando inclusive a possibilidade de comparações.
- Dentre as correntes de estudo da ética apresentada, a mais aplicada nas empresas é a *Social Issues Management* por representar uma vantagem direta para a empresa.

Destaca-se, ainda, que as empresas que mais divulgam informações são aquelas que mais degradam o meio ambiente. Como o esperado, estas empresas necessitam trabalhar sua imagem perante a sociedade. Entretanto, muitas empresas ainda ignoram esta preocupação.

Deve-se mencionar que os resultados desse estudo não estão apoiados em bases estatísticas sofisticadas, logo as análises feitas não podem ser consideradas para todo o universo de empresas do setor do agronegócio, pois, se reduz a 100 empresas listadas no anuário das Melhores e Maiores da Revista Exame.

Seriam, então, interessantes que futuros trabalhos contemplassem comparações entre a evidência das ações ambientais de outros setores potencialmente poluidores e com os projetos de empresas do agronegócio. Além de comparações com as características de divulgação de empresas agrícolas em outras economias no mundo. Estas sugestões poderiam ajudar a identificar melhor o estágio das evidências estudadas.

## Referências Bibliográficas

- BNDS. Banco Nacional do Desenvolvimento. **Áreas de Atuação: Agronegócio**. Disponível em: <[http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes\\_pt/Areas\\_de\\_Atuação/Agropecuária](http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Areas_de_Atuação/Agropecuária)>. Acesso em: 15 jul. 2010.
- COSTA, Rodrigo; MARION, José. A uniformidade na evidenciação das informações ambientais. **Revista de Contabilidade e Finanças**, v.43, p.20-33, 2007.
- CUNHA, Jacqueline; RIBEIRO, Maisa. Divulgação voluntária de informações de natureza social: um estudo nas empresas brasileiras. In: ENANPAD, 30., 2006, Salvador. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2006. CD-ROM.
- EXAME. **Melhores e maiores: as 500 maiores empresas do Brasil**. São Paulo: Editora Abril. jul. 2009. Suplemento.
- FERREL, FRAEDRICH e FERREL. (2001) **Ética empresarial. Dilemas, tomadas de decisões e casos**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Ed.
- GONÇALVES, Ernesto Lima (org.). Balanço social: instrumental de avaliação de desempenho e correção do planejamento social na vida da empresa. **Balanço social da empresa na América Latina**. São Paulo: Pioneira, 1980, p. 49-57.
- GRAY, Rob; KOUHY, Reza; LAVERS, Simon. Methodological themes: constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, v. 8, p.78-101, 1995b.
- HACKSTON, David; MILNE, Markus. Some determinants of social and environmental disclosure in New Zealand companies. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, v.9, p.77-108, 1996.
- IUDÍCIBUS, Sérgio; MARION, José Carlos. **Introdução à Teoria da Contabilidade Para o Nível de Graduação**. São Paulo: Atlas, 1999.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual da Contabilidade: das sociedades por ações**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2003.
- KREITLON, Maria Priscilla. A Ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial. In: ENANPAD, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Brasília: ANPAD, 2004. CD-ROM.
- LEONARDO, V. R. **Um Estudo Sobre os Gastos Ambientais Presentes na Contabilidade de Indústrias Químicas**. Brasileiras Contab. Vista & Rev., v. 17, n. 2, p. 89-109, abr./ jun. 2006.
- MAPA. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Projeções do Agronegócio: Mundial e Brasil**. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>. Acesso em: 11 mar. 2010.
- MARTINS, Eliseu. **Balanço social – idéia que merece permanecer**. Gazeta Mercantil. 18 de set. 1997, p. A-3. Disponível em: <<http://www.kmpress.com.br/c0918a3a.htm>>. Acesso em: 10 de setembro de 2009.
- MURCIA, F. D. -R. **Fatores determinantes do nível de disclosure voluntário de companhias abertas no Brasil**. 181p. Tese (Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis). Universidade de São Paulo. São Paulo. 2009.
- NOSSA, Valcemiro. **Disclosure ambiental: uma análise do conteúdo dos relatórios**

**ambientais de empresas do setor de papel e celulose em nível internacional.** 2002. 246f. Tese (Doutorado em Controladoria e Contabilidade) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2002.

PINTO, Anacleto Laurino, RIBEIRO, Maisa de Souza. Balanço Social: avaliação de informações fornecidas por empresas industriais situadas no estado de Santa Catarina. **Revista Contabilidade & Finanças** – USP, São Paulo, n. 36, p.21-34, set./dez/ 2004.

RIBEIRO, Maisa de Souza. **Custeio das Atividades de Natureza Ambiental.** Tese (Doutorado em Controladoria e Contabilidade). FEA/USP, São Paulo, 1998.

SALOMONE, Roberta; GALLUCCIO, Giulia. **Environmental issues and financial reporting trends:** a survey in the chemical and oil & gas Industries. Working paper University of Messina. 2001.

SCHOMMER, Paula Chies e ROCHA, Fábio C. da C. As Três Ondas da Gestão Socialmente Responsável no Brasil: Dilemas, Oportunidades e Limites. In: ENANPAD, 31, 2007, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2007. CD-ROM.

YOUNG, R. **Gestão da responsabilidade social e do desenvolvimento sustentável.** Disponível em: <http://www.uniethos.org.br/DesktopDefault.aspx?TabID=3888&Alias=uniethos&Lang=pt-BR>. Acesso em: 16 jul. 2010.