

NÍVEL DE DIVULGAÇÃO E DE DESEMPENHO AMBIENTAL NAS EMPRESAS QUE INTEGRAM O ÍNDICE BOVESPA: UMA ANÁLISE DESCRITIVA

LEVEL OF DISCLOSURE AND ENVIRONMENTAL PERFORMANCE IN COMPANIES THAT ARE PART OF THE CONTENTS BOVESPA: A DESCRIPTIVE ANALYSIS

DANIEL FERREIRA DOS SANTOS
MICHAEL DIAS CORREA
TATIANE ANTONOVZ

Resumo:

Nas últimas décadas, tem-se observado um aumento na consciência dos consumidores, fornecedores e governo em relação às práticas empresariais com as questões socioambientais. Alguns países já possuem padrões estabelecidos por lei para a divulgação das informações ambientais, porém no Brasil essas informações são de caráter voluntário, mas, quando divulgadas potencialmente, aumentam o valor da empresa e conseqüentemente criam um posicionamento considerado adequado pela sociedade. Além disso, a divulgação destas informações permite mensurar e relacionar o nível de comprometimento empresarial com o meio ambiente, já que os investidores vão perceber que os prováveis passivos ambientais podem ser menores naquelas empresas com bom desempenho em oposição àquelas com baixo desempenho ambiental. Dessa forma, o objetivo principal deste artigo é evidenciar a divulgação e o desempenho ambiental das empresas brasileiras de capital aberto que compõem o Ibovespa. O presente estudo tem natureza exploratória, *ex post facto*, transversal, e é definido como um estudo estatístico. Neste trabalho, foram utilizados os dados disponíveis nos próprios *websites* das empresas que compõem o Ibovespa, que constam 66 ativos diferentes, sendo que, desse total, existem 55 grupos controladores que foram estudados. Foram analisados aspectos como estrutura de governança e sistemas de gerenciamento, credibilidade das informações divulgadas, gastos ambientais, visão e estratégia, perfil ambiental e iniciativas ambientais. Verificou-se também que, com relação a praticamente todas as informações, a maioria das empresas que as elabora também as divulga, pois, a divulgação destas faz com que a imagem e a valorização das empresas perante os possíveis investidores seja maior.

DANIEL FERREIRA DOS SANTOS
GRADUANDO EM ADMINISTRAÇÃO PELA
UNIVERSIDADE POSITIVO.
(danielsantos927@hotmail.com).

MICHAEL DIAS CORREA
MESTRE EM CONTABILIDADE PELA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
(UFPR). (micdias@hotmail.com).

TATIANE ANTONOVZ
MESTRE EM CONTABILIDADE PELA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
(UFPR). (tatiane152@hotmail.com).

Palavras-chave: Divulgação ambiental. Desempenho ambiental. Responsabilidade social. Ibovespa.

Abstract: *In the last decades has seen an increased awareness of consumers, suppliers and government in relation to business practices with environmental issues. Some countries have standards established by law for disclosure of environmental information, but in Brazil this information is voluntary, but when released potentially increases the company's value and therefore creates a position deemed appropriate by society. In addition, disclosure of information potentially increases the value of companies, as investors will realize that the probable environmental liabilities are lower in those companies with good performance as opposed to those with poor environmental performance. Thus, the main objective of this work is to show the disclosure and environmental performance of Brazilian corporations that make up the Ibovespa. This study is exploratory, ex post facto, is set to cross and is a statistical study. In this work, it was used data available on the own websites of companies that make up the*

Ibovespa, which included 66 different assets, with 55 total groups that were studied. They were analyzed aspects such as Governance Structure and Management Systems, Credibility of Information disclosed, Environmental Expenditures, Vision and Strategy, Environmental Profile and Environmental Initiatives. It was also noted that with respect to virtually all the information, most companies that produce them also disclose them because disclosure causes enhancement of the image and the companies' increasing value, making the potential interested in investing in it greater.

Keywords: *Disclosure performance. Environmental social. Responsibility. Ibovespa.*

1 INTRODUÇÃO

Os impactos ambientais provocados pela poluição contribuem para as mudanças climáticas no planeta. Entidades reguladoras de atividades empresariais e órgãos de normatização têm ciência das deficiências no processo de divulgação ambiental corporativa, conforme evidenciam Beets e Souther (1999), Chan-Fishel (2002) e Franco (2001).

A conscientização dos consumidores vem transformando a opinião da sociedade quando o assunto é o papel a ser desempenhado pelas empresas (FARIAS, 2008). Isso indica uma responsabilidade econômica ligada ao fator socioambiental, que influencia a qualidade de vida das pessoas, seja de forma direta ou indireta. Com isso, as entidades aumentaram suas ações na responsabilidade social e ambiental corporativa.

Entretanto, a sociedade já exige ações efetivas das empresas, tais como a conservação dos recursos naturais e a diminuição dos impactos ambientais gerados pelos processos produtivos (FARIAS, 2008). Essas exigências do público externo para com as entidades visam garantir a sustentabilidade do planeta e a adoção de ações que contemplem a responsabilidade social e ambiental na cultura das organizações.

Para Nossa (2002), além das pressões oriundas da sociedade, diversas discussões têm sido realizadas enfatizando as mudanças ambientais, culminando na criação de organismos e entidades reguladoras e na elaboração de tratados cujo foco é o estabelecimento de padrões socioambientais.

Seguindo essa tendência por parte das empresas, alguns países já possuem padrões estabelecidos por leis para a divulgação de informações ambientais. Segundo Kolk (2003), países como Nova Zelândia, Dinamarca, Holanda e Japão são os pioneiros dessa ação. Essas ações originam-se a partir da definição de que o Desenvolvimento Sustentável “[...] é aquele capaz de melhorar a qualidade de vida humana dentro dos limites da capacidade de suporte dos ecossistemas” (INTERNATIONAL UNION FOR CONSERVATION OF NATURE, 2003, p. 246).

Como consequência, as empresas acabaram in-

cluindo, em seus Planos de Ação, estratégias vinculadas ao consumo de recursos. Essas iniciativas, anteriormente, não eram previstas ou evidenciadas nos planos de desenvolvimento. Essas informações, incorporadas ao planejamento das entidades, passam a receber a atenção das demais incorporadas aos Planos de Ação, por parte dos *stakeholders*. As informações ambientais se tornaram parte integrante do conjunto das estratégias das entidades.

Com essas medidas, a divulgação da informação ambiental de qualidade pode ser consequência da melhoria no desempenho ambiental das entidades e para evidenciar aos *stakeholders* que as entidades atendem às determinações governamentais, de organismos ligados à regulação do desempenho ambiental e que se preocupam com a sustentabilidade e com os recursos ambientais.

Conforme Dye (1985) e Verrecchia (1983), a divulgação voluntária de informações ambientais sugere que as empresas têm incentivos para divulgar “boas notícias” para destacarem-se daquelas que divulgam “más notícias”. Isso evitaria os efeitos de uma análise adversa por parte de investidores e da sociedade (*stakeholders*) (BEWLEY; LI, 2000; LI; RICHARDSON; THORNTON, 1997).

Empresas com desempenho ambiental superior e com estratégias ambientais proativas são privilegiadas e reforçam a informação divulgada aos investidores e aos *stakeholders* das estratégias de divulgação voluntária e divulgam mais informações ambientais.

Quando divulgadas, essas informações potencialmente aumentam o valor das empresas, já que os investidores vão perceber que os prováveis passivos ambientais são menores naquelas empresas com bom desempenho em oposição àquelas com baixo desempenho ambiental. Sendo assim, a Teoria da Divulgação Voluntária (Voluntary Disclosure Theory) prevê uma associação positiva entre o desempenho ambiental e o nível de divulgação discricionária ambiental.

Sendo assim, a questão de pesquisa do presente trabalho é: qual é o nível de divulgação e de desempenho ambiental nas empresas que integram o índice Ibovespa? O objetivo principal deste trabalho é evidenciar a divulgação e o desempenho ambiental das empresas brasileiras de capital aberto que compõem o Ibovespa.

O presente artigo limita-se à análise dos relatórios de sustentabilidade, relatórios sociais e relatórios ambientais das empresas que compunham o Ibovespa entre 2007 e 2008. No Brasil, esses relatórios não são obrigatórios nem regulados por legislação específica. Assim, não se podem generalizar os resultados da pesquisa à realidade brasileira, mas, apenas às empresas que compõem o Ibovespa.

Além desta introdução, o presente artigo é dividido em mais cinco partes. No referencial teórico, são abordados os conceitos acerca das entidades e a divulgação, bem como a relação desta com o desempenho ambiental. Na terceira

parte da pesquisa, são definidas suas características metodológicas da mesma. Na quarta parte, são apresentados e analisados os dados da pesquisa mediante análise estatística descritiva dos dados. Por fim, na quinta parte, são apresentadas as conclusões do artigo, seguidas das referências.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Nesta seção será demonstrado o referencial teórico no qual se apoia o presente estudo. Inicia-se pela abordagem das entidades e a sua divulgação e, por conseguinte, demonstra-se a importância da divulgação e o desempenho ambiental por parte das empresas.

2.1 AS ENTIDADES E A DIVULGAÇÃO

As entidades evidenciam a sustentabilidade pela divulgação de iniciativas que afetam positivamente a sua avaliação e o aumento do seu valor. Paralelamente, esse aumento de valor, resultado das preocupações socioambientais, pode refletir em um aumento do desempenho financeiro e econômico (KOLK, 2003).

Nas entidades ecoeficientes, os recursos naturais são consumidos com maior racionalidade e responsabilidade (HENDRIKS; NIJKERK; VAN KOPPEN, 2007). Assim, é possível supor, segundo Nossa (2002), que a ecoeficiência afeta positivamente o desempenho financeiro e econômico.

Para Nossa (2002), as empresas que apresentam bom desempenho financeiro e econômico, por serem reconhecidas mais valorizadas, acabam sendo influenciadas também no seu desempenho ambiental pelos investimentos, nesse tópico, em virtude do retorno financeiro e da própria manutenção dos níveis de investimento interno.

Modelos de divulgação da informação ambiental são estudados tanto por pesquisadores quanto por instituições nacionais e internacionais. No Brasil, pode-se citar o *Balço Social* do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase) e, no exterior, o *Global Reporting Initiative* (GRI) (2002). O GRI é também adotado por empresas brasileiras e objeto desta pesquisa.

Al-Tuwaijri, Christensen e Hughes (2004), Ingram e Frazier (1980), entre outros, já observaram as variáveis que impactam na divulgação ambiental das empresas e no relacionamento entre as informações ambientais divulgadas. Outro exemplo é a pesquisa desenvolvida por Farias (2008), que relaciona a divulgação ambiental, o desempenho ambiental e o desempenho econômico em empresas brasileiras de capital aberto.

2.2 A DIVULGAÇÃO E O DESEMPENHO AMBIENTAL

Segundo Farias (2008), atualmente, duas visões empresariais são discutidas: a primeira específica que as empresas procuram maximizar os recursos dos seus sócios, preocupando-se apenas com a sua sustentabilidade econômico-financeira para garantir lucro aos seus acionistas. Na segunda, as empresas estão preocupadas em maximizar os recursos sociais com um papel outorgado pela sociedade, buscando não só a sustentabilidade econômico-financeira, mas também dos recursos sociais e ambientais para manter a sua relevância social.

Essas mudanças no papel das empresas se iniciaram na década de 1950, tornando-se mais intensas a partir da década de 1970, e, segundo Borba (2005), as críticas à conduta estritamente maximizadora de lucro das empresas geram reivindicações da sociedade para que um maior grau de responsabilidade social seja assumido pelas organizações. Segundo Kitahara (2007), o aumento da qualidade e da eficiência dos processos produtivos empresariais ou a diferenciação de seus produtos e serviços não explica exatamente o seu desempenho financeiro. Adicionalmente aos interesses dos acionistas, a empresa precisa fixar um posicionamento considerado adequado pelos seus consumidores, fornecedores e governo.

Recentes pesquisas sobre o tema responsabilidade social, como a de Nossa (2002), demonstram a importância da incorporação de estratégias ligadas à responsabilidade social por parte das empresas, influenciando diretamente na política de divulgação de informações econômico-financeiras.

O mercado financeiro também toma iniciativas para tentar regular o mercado de capitais e as negociações de ações em Bolsas de Valores, criando índices de empresas como resposta à postura dos investidores. Exemplos de índices ligados à sustentabilidade empresarial são o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), criado em 2005 e, anteriormente, o Dow Jones Sustainability Index (DJSI), criado em 1999.

O GRI, com suas diretrizes claras e objetivas, possui grande importância na responsabilidade social e ambiental corporativa. Essas diretrizes seguem 11 princípios: transparência, inclusão, fiscalização, exaustividade, pertinência, contexto de sustentabilidade, precisão, neutralidade, comparabilidade, clareza e atualidade (GLOBAL REPORTING INITIATIVE, 2002). Tudo para garantir que os relatórios de sustentabilidade apresentem uma razoável e equilibrada consideração da situação do desempenho econômico, ambiental e social. Isso também facilita a comparação ao longo do tempo e entre as organizações, além de adicionar credibilidade às questões que preocupam os *stakeholders*.

O primeiro conjunto de diretrizes do GRI foi publicado em 1999 como um Projeto de Divulgação, e várias revisões têm acontecido desde então. Para efeitos do presente estudo, as bases são as Diretrizes dos Relatórios de Sustentabilidade do GRI, publicadas em 2002.

3 CARACTERÍSTICAS DA PESQUISA

O presente estudo tem natureza exploratória. Em termos de capacidade do pesquisador de manipular as variáveis, esta pesquisa se classifica como *ex post facto*, pois, segundo Cooper e Schindler (2003), não pode ser influenciada pelo pesquisador.

A pesquisa é descritiva e transversal com relação à dimensão de tempo, pois é feita uma vez e representa um instantâneo de um determinado momento e como um estudo estatístico. É classificada, ainda, como uma pesquisa de ambiente de campo, pois trata de informações de caráter público e, por fim, é classificada como pesquisa de rotina real, pois não altera quaisquer dados analisados, julgando-os inarbitrariamente (COOPER; SCHINDLER, 2003).

3.1 COLETA DE DADOS

A presente pesquisa utiliza os dados disponíveis nos próprios *websites* das empresas que compõem o Ibovespa. O objeto da pesquisa são as Demonstrações Financeiras Consolidadas com as respectivas Notas Explicativas, os Relatórios Anuais, os Relatórios Sociais, os Relatórios de Sustentabilidade, os Relatórios Ambientais e também os Relatórios da Administração disponibilizados por essas empresas.

Durante os meses de setembro até dezembro de 2008, a partir dos *websites* das empresas que compõem o universo da pesquisa, foram feitos *downloads* de todos os

Relatórios de Sustentabilidade, Ambientais, Sociais, da Administração, além de Demonstrações Financeiras Consolidadas e suas respectivas Notas Explicativas relativas ao ano fiscal de 2007. Com isso, os dados necessários para a pesquisa já poderiam ser compilados para posterior análise estatística e conclusões.

Justificadas pelo fato de se tratarem de informações voluntárias, algumas empresas componentes do Ibovespa não mantinham disponíveis em seus *websites* as informações relativas ao seu desempenho ambiental no ano de 2007. Assim, foi contatado o Departamento de Relação com Investidores de cada uma delas para que o instrumento da pesquisa fosse disponibilizado a elas e, posteriormente, devolvido completamente respondido para compilação dos dados e análise dos mesmos. Essas empresas foram a Bolsa de Mercadorias e Futuros, as Lojas Renner e a Net Cabo.

3.2 DETALHAMENTO DO UNIVERSO DE PESQUISA

Este artigo analisa o universo das empresas do Ibovespa, composto por 66 ativos diferentes, sendo que dese total, existem 55 grupos controladores que são estudados. A Figura 1 apresenta a classificação setorial com a representatividade percentual estabelecida pela Bovespa.

Tanto a estrutura setorial como a classificação das empresas negociadas são objeto de revisões periódicas, normatizadas pela própria Bovespa. Para o caso de haver alterações durante a vigência do índice de produtos ou serviços com maior contribuição para a formação das receitas, é avaliado se essas alterações se mantêm ao longo do tempo ou constituem-se em uma tendência, antes de ser feita a reclassificação setorial da empresa (BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO, 2008b).

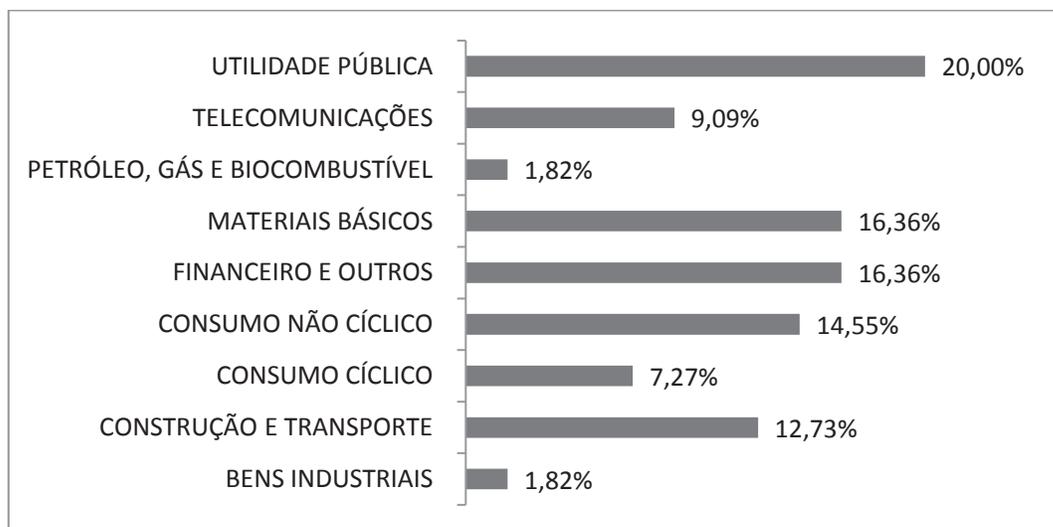


Figura 1 - Classificação setorial do Ibovespa

Fonte: Elaborada pelos autores.

A liquidez do Ibovespa é comprovada pela Bovespa (2008a), quando afirma que mais de 70% da capitalização bursátil da Bolsa de Valores de São Paulo está centralizada nas negociações de ativos que compõem o índice e, adicionalmente, essas empresas possuem um valor somado que representa aproximadamente 25% do Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Nesta seção, serão apresentados os dados da pesquisa e a forma da coleta de dados, e em seguida, através da estatística descritiva, são demonstrados os resultados obtidos na presente pesquisa.

4.1 OS DADOS DA PESQUISA

Para a obtenção dos resultados, foram coletados os dados de 55 empresas ou grupos controladores, responsáveis pela composição do Ibovespa. Não foram excluídos os dados de nenhuma empresa componente do universo, e isso ocorreu em razão da ausência de erros de preenchimento com dados extremos, não sendo atribuídos nem grau máximo nem mínimo para todas as questões, o que segundo Nunnally (1978), é caracterizado como resposta estereotipada.

4.2 ESTATÍSTICA DESCRITIVA

A primeira parte dos dados analisados é referente à estrutura de governança e sistemas de gerenciamento das empresas. Esse ponto é subdividido em seis questões que tiveram seus dados divulgados pelas 55 empresas analisadas, conforme a Tabela 1.

Tabela 1 - Estrutura de governança e sistemas de gerenciamento

Questão	Sim		Não	
	%	N	%	N
Departamento de controle/posições gerenciais	47,3	26	52,7	29
Comitê ambiental ou de assuntos externos	67,3	37	32,7	18
Termos e condições aplicáveis aos fornecedores/clientes	60,0	33	40,0	22
Envolvimento dos <i>shareholders</i> na escolha de políticas	14,5	8	85,5	47
Implantação do ISO 14001	45,5	25	54,5	30
Compensação financeira aos executivos	63,6	35	36,4	20

Fonte: Elaborada pelos autores.

Na primeira questão, que trata sobre a existência de um departamento de controle de poluição e/ou posições gerenciais para o gerenciamento ambiental, 47,3% das empresas afirmaram possuir esse departamento/posição gerencial em sua estrutura organizacional e 52,7% declararam que não possuem departamentos gerenciais ligados ao gerenciamento ambiental.

A existência de um comitê ambiental e/ou de assuntos externos teve a resposta afirmativa de 67,3% das empresas, ficando 32,7% sem o referido comitê ambiental. No questionamento seguinte, relacionado a termos e condições aplicáveis a fornecedores e/ou clientes, 60% das empresas afirmaram possuir esses termos e 40% divulgaram não possuir quaisquer tipos de termos e condições para fornecedores e/ou clientes.

Quanto ao envolvimento das partes interessadas (*shareholders*) na escolha de políticas ambientais corporativas, 14,5% afirmaram que asseguram o envolvimento destas partes e 85,5% divulgaram não considerar o envolvimento de tais partes interessadas na escolha de políticas ambientais corporativas.

Com relação à adequação de normas internacionais, tais como as ISO, 45,5% das empresas afirmaram ter ISO 14001 implantado na planta e/ou área administrativa, enquanto 54,5% afirmaram não possuir esse diferencial implantado nas suas estruturas. E, por fim, a compensação

financeira aos executivos ligada ao desempenho ambiental foi divulgada como afirmativa por 63,6% das empresas, sendo que 36,4% não compensam financeiramente os executivos pelo desempenho ambiental.

Ao se analisarem os dados mais detalhadamente, verificou-se que, das 55 empresas componentes do estudo, oito afirmaram não praticar nenhuma das seis práticas relacionadas à estrutura de governança e sistemas de gerenciamento ligados ao desempenho ambiental. A segunda parte dos dados analisados é referente à credibilidade das informações divulgadas pelas empresas. Esse ponto é subdividido em dez questões, demonstradas na Tabela 2. A questão relacionada às diretrizes do GRI teve a adesão de 32,7% das empresas, enquanto 67,3% das empresas ainda não a fizeram. Com relação à verificação independente que visa evitar falhas nas divulgações feitas pela *internet*, 52,7% das empresas a realizam e 47,3% das empresas não a realizam. Já a verificação independente dos sistemas ambientais internos, 74,5% das empresas afirmam realizá-la e 25,5% das empresas afirmam não realizá-la.

No que tange à certificação relacionada a pontos ambientais, a que é realizada por agências independentes é obtida por 80% das empresas, ficando apenas 20% sem qualquer certificação dessa natureza. A certificação dos produtos referentes aos impactos ambientais é obtida por 60% das empresas e 40% ainda não possuem essa certificação.

Tabela 2 - Credibilidade das informações divulgadas pelas empresas

Questão	Sim		Não	
	%	N	%	N
Diretrizes do GRI	32,7	18	67,3	37
Verificação independente para evitar falhas na internet	52,7	29	47,3	26
Verificação independente dos sistemas ambientais	74,5	41	25,5	14
Certificação ambiental por agências independentes	80,0	44	20,0	11
Certificação de produtos junto aos impactos ambientais	60,0	33	40,0	22
Prêmios externos de desempenho ambiental	72,7	40	27,3	15
Envolvimento de shareholders na divulgação	18,2	10	81,8	45
Iniciativas ambientais ligadas a ministérios	16,4	9	83,6	46
Iniciativas específicas para melhorar práticas ambientais	94,5	52	5,5	3
Participações em outras organizações/associações	96,4	53	3,6	2

Fonte: Elaborada pelos autores.

Das 55 empresas analisadas, 72,7% divulgaram já ter recebido prêmios externos de desempenho ambiental e/ou inclusão em índices externos de sustentabilidade, enquanto 27,3% das empresas não apresentaram essa característica.

Tal como foi divulgado pelas empresas na primeira parte das questões, com relação à participação dos *shareholders* na escolha de políticas ambientais, nesse ponto, 18,2% das empresas afirmaram permitir o envolvimento dos *shareholders* no processo de divulgação ambiental, ficando 81,8% sem permitir o envolvimento deles.

As participações em iniciativas ambientais englobam o último ponto das divulgações relacionadas à credibilidade. No primeiro desses questionamentos, 16,4% das empresas afirmaram fazer parte de iniciativas ambientais voluntárias ligadas ao Ministério do Meio Ambiente e/ou ao Ministério das Minas e Energia e 83,6% das empresas afirmaram não fazer parte destas.

O segundo questionamento relativo a iniciativas ambientais está ligado a iniciativas industriais específicas para melhorar práticas ambientais e 94,5% das empresas afirmaram possuir essas características e 5,5% afirmaram não possuir qualquer iniciativa dessa natureza. Característica semelhante à do último questionamento, que engloba participações em outras organizações/associações ambientais para melhorar práticas ambientais diferentes das duas últimas anteriores, sendo que 96,4% das empresas afirmaram

possuir alguma forma de organização/associação com esse fim, e 3,6% afirmaram não possuir qualquer iniciativa.

Um ponto que merece destaque é a divulgação do comprometimento de alguma forma voluntária de melhoria de práticas ambientais pela quase totalidade das empresas e outro ponto que também merece destaque é que, das 55 empresas analisadas, apenas duas delas se enquadram positivamente nos dez critérios que avaliaram a credibilidade.

A terceira parte dos dados analisados tem o objetivo de identificar o desempenho ambiental das empresas componentes do Ibovespa para, posteriormente, relacioná-los com as suas divulgações. Das informações relacionadas aos indicadores de desempenho ambiental, aqueles relacionados ao desempenho ambiental em uso e/ou eficiência energética e uso e/ou eficiência de água são utilizados, independentemente do nível, por todas as empresas do Ibovespa. De forma contrária, o indicador de desempenho complacente (por exemplo, excessos e incidentes divulgáveis) não é utilizado por 47,3% das empresas, sendo apenas utilizado por 52,7% das empresas.

A quarta parte dos dados é referente à evolução e gerenciamento dos gastos ambientais divulgados pelas empresas. Esse ponto é subdividido em três questões, demonstradas na Tabela 3. No ponto concernente aos gastos ambientais, as empresas se demonstram preocupadas em propor iniciativas ambientais e aumentar os investimentos em tecnologias.

Tabela 3 - Gastos ambientais das empresas componentes do Ibovespa

Questão	Sim		Não	
	%	N	%	N
Evolução da economia pelas iniciativas ambientais	92,7	51	7,3	4
Tecnologias, P&D e inovações crescentes	98,2	54	1,8	1
Quantia gasta em multas diminuindo	58,2	32	41,8	23

Fonte: Elaborada pelos autores.

A primeira questão está relacionada à evolução da economia feita pelas empresas como consequência das iniciativas ambientais, e que 92,7% das empresas afirmaram essa evolução. O valor gasto em tecnologias, pesquisas e desenvolvimento de produtos e/ou inovações para melhorar o desempenho e/ou a eficiência ambientais é crescente, conforme 98,2% dos respondentes, restando 1,8% que afirmaram não gastar em tecnologias e/ou inovações.

Situação distinta dos dois pontos anteriormente analisados foi constatada na questão que avaliava a diminuição na quantia gasta em multas relacionadas a temas ambientais. Embora a quase totalidade das empresas investisse em novas tecnologias e iniciativas para melhorar o desempenho ambiental, esses investimentos não necessariamente faziam com que elas diminuíssem os valores gastos com multas ambientais. Do total das empresas, 58,2% afirmaram que essa quantia está diminuindo e 41,8% das empresas admitiram que, embora invistam, não conseguem diminuir os seus gastos com multas relacionadas a temas ambientais.

A quinta parte dos dados é referente à visão e estratégia das empresas, tida como o primeiro grupo de divulgações não complexas analisadas, as quais podem ser mais facilmente copiadas por empresas que não possuem verdadeiro comprometimento ambiental e têm seus dados evidenciados na Tabela 4.

Tabela 4 - Visão e estratégia das empresas componentes do Ibovespa

Questão	Elabora e divulga		Elabora e não divulga		Não elabora	
	%	N			%	N
Declaração do CEO sobre o desempenho ambiental	16,4	9	1,8	1	81,8	45
Declaração de política ambiental corporativa	60,0	33	23,6	13	16,4	9
Declaração sobre sistemas de gerenciamento ambiental	45,5	25	29,0	16	25,5	14
Declaração de revisões do desempenho ambiental	54,5	30	25,5	14	20,0	11
Declaração de objetivos ambientais futuros	78,2	43	14,5	8	7,3	4
Declaração de inovações ambientais e novas tecnologias	85,5	47	14,5	8	0,0	0

Fonte: Elaborada pelos autores.

Com relação à visão e à estratégia das empresas analisadas, seis pontos foram considerados, discriminados por tipos diferentes de declarações, ou seja, divulgações formais de informações por parte das empresas. Nesse ponto, foi analisado se a empresa apenas elabora essas declarações, sem divulgá-las ao meio externo, se as elabora e as divulga ou se não as elabora.

Na questão sobre a declaração do Chief Executive Officer (CEO), sobre o desempenho ambiental em carta para os acionistas e/ou partes interessadas, 16,4% das empresas afirmaram elaborá-la e divulgá-la, enquanto 1,8% afirmaram não divulgá-la, embora a elaborem. Comparativamente com as outras declarações desse ponto analisado, a do CEO foi a única em que 81,8% das empresas admitiram que não a elaboravam.

Para todas as outras declarações formais analisadas, o valor máximo percentual de empresas que admitiram não elaborá-las não passou de 25%, como será visto a seguir. Da segunda questão em diante, no mínimo 45% das empresas afirmaram elaborar e divulgar as informações. Especificamente na segunda questão, sobre a declaração de política ambiental corporativa, valores, princípios e código de conduta ambiental, 60% das empresas afirmaram elaborar e divulgar essa declaração. Já 23,6% afirmaram elaborar, mas admitiram não divulgar, e 16,4% nem elaboram nem divulgam essa informação sobre a política ambiental corporativa.

A declaração sobre sistemas de gerenciamento formais preocupados com o risco e desempenho ambiental é elaborada e divulgada por 45,5% das empresas componentes do Ibovespa; 29% a elaboram, mas não a divulgam e 25,5% afirmaram não elaborar essa declaração. Uma declaração de que a empresa procede a revisões e avaliações periódicas do seu desempenho ambiental é elaborada e divulgada por 54,5% das empresas, sendo que 25,5% elaboram, porém não as divulgam e, finalmente, 20% não elaboram esta declaração de revisões e avaliações.

Focando nos termos de desempenho ambiental futuro, uma declaração desses objetivos mensuráveis é elaborada e divulgada por 78,2% dos analisados. As empresas que elaboram, mas não divulgam representam 14,5% e as que não elaboram representam 7,3% da amostra. As inovações ambientais específicas e/ou novas tecnologias são, também, evidenciadas em uma declaração específica, a qual é elaborada e divulgada por 85,5%, e 14,5% das empresas as elaboram, mas não as divulgam. Das 55 empresas, nenhuma delas divulgou em suas informações ambientais que deixa de elaborar essa última declaração.

A penúltima parte dos dados é referente ao perfil ambiental das empresas, a qual analisa algumas visões estratégicas ambientais. Esses dados podem ser visualizados na Tabela 5.

Tabela 5 - Perfil ambiental das empresas componentes do Ibovespa

Questão	Elabora e divulga		Elabora e não divulga		Não elabora	
	%	N			%	N
Declaração de complacência com padrões ambientais	21,8	12	9,1	5	69,1	38
Visão geral do impacto ambiental da empresa	58,2	32	16,3	9	25,5	14
Visão geral de como as operações afetam o ambiente	58,2	32	23,6	13	18,2	10
Visão geral do desempenho ambiental vs concorrentes	50,9	28	3,6	2	45,5	25

Fonte: Elaborada pelos autores.

Nesse grupo que analisa o perfil ambiental, primeiramente é questionado sobre a elaboração e divulgação de uma declaração de complacência da empresa (ou ausência) com padrões ambientais específicos, e 21,8% das empresas afirmam elaborar e divulgar essa declaração. Aquelas que elaboram, mas não as divulgam representam 9,1% do total e 69,1% das empresas admitiram não elaborar essa declaração. Essa informação foi baseada nos relatórios divulgados pelas empresas, tanto os de Sustentabilidade, os Sociais, os Ambientais e o Relatório da Administração.

Do segundo ao quarto ponto, o padrão da amostra se altera, sendo que mais da metade das empresas, afirmou elaborar e divulgar essas informações. Na segunda questão, que trata sobre a visão geral do impacto ambiental que a empresa causa, 58,2% das empresas afirmam que elaboram e divulgam esta informação, sendo que 16,3% assumem que elaboram, mas não divulgam e 25,5% assumem não elaborar esta visão.

No terceiro ponto, a visão geral de como as operações, os produtos e os serviços dos negócios afetam o meio ambiente, os mesmos 58,2% do segundo ponto afirmaram que elaboram e divulgam essa visão, atestando o mesmo nível nas atividades operacionais. As elaboram, mas não as divulgam, representam 23,6% e aquelas que assumiram não elaborá-las representam 18,2% do total.

O último questionamento, que versava sobre a visão geral do desempenho ambiental corporativo comparado com as empresas do mesmo setor, teve respostas positivas para elaboração e divulgação por 50,9% das empresas, ficando aquelas que apenas elaboram com 3,6% do total e as que não elaboram esta informação com 45,5% do total das empresas analisadas. A última parte dos dados (Tabela 6) é referente a iniciativas ambientais das empresas, analisando nível de treinamento, planos internos de responsabilidade, prêmios, auditorias e programas internos ligados à temática ambiental, além do envolvimento com a comunidade e/ou doações relacionadas com o meio ambiente.

Nesse último grupo, uma descrição substancial do treinamento dos empregados em gerenciamento e operações ambientais é elaborada e divulgada por 81,8% das empresas; o valor percentual das empresas que elaboram a descrição, mas não as divulga e das empresas que não as elaboram é o mesmo: 9,1%.

Para o caso de acidentes ambientais, foi verificada a existência de planos de responsabilidade pelas empresas e 65,5% das empresas afirmaram possuir esses planos de responsabilidade formalizados e divulgarem os mesmos para a sociedade. Elaboram, mas não divulgam, 16,4% e 18,2% assumiram que não os elaboram.

Tabela 6 - Iniciativas ambientais das empresas componentes do Ibovespa

Questão	Elabora e divulga		Elabora e não divulga		Não elabora	
	%	N			%	N
Treinamento dos empregados em operações ambientais	81,8	45	9,1	5	9,1	5
Planos de responsabilidade para acidentes ambientais	65,5	36	16,4	9	18,2	10
Prêmios ambientais internos	21,8	12	18,2	10	60,0	33
Auditorias ambientais internas	76,4	42	10,9	6	12,7	7
Programas internos de certificação ambiental	34,5	19	20,0	11	45,5	25
Envolvimento com a comunidade e/ou doações ambientais	100,0	0	0,0	0	0,0	0

Fonte: Elaborada pelos autores.

Com relação à existência de prêmios ambientais internos, 21,8% das empresas afirmaram que elaboram e divulgam tais prêmios, 18,2% elaboram, mas não os divulgam e 60% afirmaram que não elaboram informações relacionadas a prêmios ambientais internos. As informações sobre auditorias ambientais internas são elaboradas e divulgadas por 76,4% das empresas; 10,9% elaboram, porém não as divulgam e 12,7% admitiram que não elaboram essas informações. Já sobre programas internos de certificação ambiental, 34,5% das empresas divulgaram que elaboram e disponibilizam essas informações.

As que elaboram e não disponibilizam para a sociedade compõem 20% do total e 45,5% das empresas assumiram que não elaboram essas informações. O último ponto analisado merece destaque, pois é ligado ao envolvimento com a comunidade e/ou doações relacionadas com o meio ambiente. Das 55 empresas analisadas, todas as 55 empresas da amostra elaboram e divulgam informações acerca do envolvimento com a comunidade em que estão inseridas e/ou doações relacionadas com o meio ambiente.

5 CONCLUSÕES

Com as crescentes preocupações com o meio ambiente e as empresas que o modificam permanentemente, verificou-se a necessidade da implantação de ações que visassem à proteção do mesmo. Assim, as empresas tomaram certas iniciativas que buscavam, inicialmente, proteger o ambiente

REFERÊNCIAS

AL-TUWAIJRI, S. A.; CHRISTENSEN, T. E.; HUGHES, K. E. The relations among environmental disclosure, environmental performance, and economic performance: A simultaneous equations approach. *Accounting, Organizations and Society*, v. 29, n. 5-6, p. 447-471, 2004.

BEETS, S. D.; SOUTHER, C. Corporate environmental reports: the need for standards and an environmental assurance service. *Accounting Horizons*, v. 13, n. 2, p. 129-145, 1999.

BEWLEY, K.; LI, Y. Disclosure of environmental information by Canadian manufacturing companies: A Voluntary Disclosure Perspective. *Advances in Environmental Accounting and Management*, v. 1, p. 201-226, 2000.

BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO. *BOVESPA*: perfil e história. 2008a. 16 f. Disponível em: <www.bovespa.com.br/Principal.asp>. Acesso em: 10 set. 2010.

em que atuavam e que, posteriormente, passaram a ser um diferencial para aquelas entidades que as faziam e divulgavam.

O presente trabalho verificou que das 55 empresas estudadas, a maioria delas, ou seja, 67,3% possui comitês ambientais ou de assuntos externos, isso denota que há a preocupação na formação de grupos que possam discutir e criar diretrizes de governança e sistemas de gerenciamento.

Outro ponto de destaque é relativo às iniciativas industriais específicas para melhorar as práticas ambientais que é uma característica inerente a 94,5% das empresas pesquisadas, ou seja, as empresas vêm aumentando sua preocupação com suas práticas e o impacto destas no meio ambiente. Destaca-se também o fato de 100% das empresas da amostra têm envolvimento com a comunidade e/ou doações ambientais, isso demonstra que elas estão cada vez mais envolvidas e preocupadas com a comunidade que faz parte do seu dia a dia.

Verificou-se também que, com relação a praticamente todas as informações, a maioria das empresas que as elabora também as divulga, pois, essa divulgação faz com que a imagem e a valorização das empresas perante os possíveis investidores seja maior.

Dessa forma, foi possível verificar que as empresas têm aumentado a sua preocupação com o meio ambiente e a sociedade, pois isso, além de reduzir os danos que estas provocam, também faz com que outras empresas sejam influenciadas a tomar as mesmas decisões e assim futuramente os impactos causados ao meio ambiente possam ser diminuídos.

_____. *Índice BOVESPA*: definição e metodologia. 2008b. Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br/Pdf/Indices/IBovespa.pdf>>. Acesso em: 9 set. 2010.

_____. *ISE*: Índice de Sustentabilidade Empresarial. 2008c. 14 f. Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br/pdf/Indices/ResumoISENovo.pdf>>. Acesso em: 11 set. 2010.

BORBA, P. R. F. *Relação entre desempenho social corporativo e de desempenho financeiro de empresas no Brasil*. 135 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.

CHAN-FISHEL, M. *Survey of climate change disclosure in SEC filings of automobile, insurance, oil & gas, petrochemical, and utilities companies*. United States: Friends of the Earth, 2002.

- COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. *Métodos de pesquisa em Administração*. 7. ed. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- DYE, R. A. Disclosure of non-proprietary information. *Journal of Accounting Research*, v. 23, n. 1, p. 123–145, Spring 1985.
- FARIAS, K. T. R. *A relação entre a divulgação ambiental, desempenho ambiental e desempenho econômico nas empresas brasileiras de capital aberto: uma pesquisa utilizando equações simultâneas*. 161 f. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.
- FRANCO, N. C. Corporate environmental disclosure: opportunities to harness market forces to improve corporate environmental performance. In: *American Bar Association Conference on Environmental Law*, p. 8-11, 2001.
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE. *Sustainable Reporting Guidelines*. 2002. Disponível em: <www.globalreporting.org>. Acesso em: 10 dez. 2008.
- HENDRIKS, C. H.; NIJKERK, A. A.; VAN KOPPEN, A. E. *O clíco da construção*. Brasília: Editora da UnB, 2007.
- INGRAM, R. W.; FRAZIER, K. B. Environmental performance and corporate disclosure. *Journal of Accounting Research*, v. 18, n. 2, p. 614–622, 1980.
- INTERNATIONAL UNION FOR CONSERVATION OF NATURE. *Scenarios for an uncertain future*. United Kingdom, 2003.
- KITAHARA, J. R. *Responsabilidade social e desempenho financeiro das empresas: um estudo empírico utilizando o Balanço Social padrão Ibase*. Dissertação (Mestrado em Economia) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.
- KOLK, A. Trends in sustainability reporting by Fortune Global 500. *Business Strategy and the Environment*, v. 12, n. 5, p. 279-291, 2003.
- LI, Y.; RICHARDSON, G. D.; THORNTON, D. Corporate disclosure of environmental information; theory and evidence. *Contemporary Accounting Research*, v. 14, n. 3, p. 435–474, 1997.
- NOSSA, V. *Disclosure ambiental: uma análise de conteúdo dos relatórios ambientais de empresas do setor de papel e celulose em nível internacional*. Tese (Doutorado em Controladoria e Contabilidade) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.
- NUNNALLY, J. C. *Psychometric theory*. 2. ed. New York: McGraw-Hill, 1978.
- VERRECCHIA, R. Discretionary disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, v. 5, n. 1, p. 179–194, 1983.

Recebido em: 22/05/2011.

Aceito em: 11/07/2011.