

A evidenciação e a divulgação das ações ambientais voluntárias promovidas pelas empresas do agronegócio brasileiro

Igor Fernandes Gonçalves (FEA-RP/USP) - ifgoncalves@fearp.usp.br

Maisa de Souza Ribeiro (FEA-RP/USP) - maisorib@usp.br

Resumo:

O agronegócio apresenta-se como um forte setor dentro da economia brasileira, todavia sua importância vai muito além, as empresas desse ramo podem funcionar como transmissoras de mudanças e desenvolvimento social. Diante de tal perspectiva, estas instituições corporativas são responsáveis por todo o produto da sua atividade, sejam positivos ou negativos. Logo, a responsabilidade ambiental torna-se indispensável na cultura destas instituições, sobretudo pelo fato delas terem uma relação estreita com o meio ambiental. As informações sobre as ações ambientais possibilitam que as empresas prestem conta das suas atividades à sociedade. Os usuários dessas informações exigem dados objetivos e legítimos, que possam ajudá-lo na formação de opinião e tomada de decisão. Este trabalho busca analisar as informações disponibilizadas pelas empresas do agronegócio e identificar as ações ambientais desenvolvidas por elas na tentativa de minimizar os impactos gerados pela sua atuação. O estudo avaliou as informações disponibilizadas pelas 100 maiores empresas do setor, de acordo com o ranking da edição anual da revista Exame “Maiores & Melhores de 2009” da editora Abril. Através das análises, constatou-se que não há uma homogeneidade entre as empresas, além de existirem muitas que negligenciam a divulgação de suas ações ambientais, não permitindo aos usuários uma visão mais ampla das suas atividades.

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

Área temática: Gestão de Custos Ambientais e Responsabilidade Social

A evidenciação e a divulgação das ações ambientais voluntárias promovidas pelas empresas do agronegócio brasileiro

Resumo

O agronegócio apresenta-se como um forte setor dentro da economia brasileira, todavia sua importância vai muito além, as empresas desse ramo podem funcionar como transmissoras de mudanças e desenvolvimento social. Diante de tal perspectiva, estas instituições corporativas são responsáveis por todo o produto da sua atividade, sejam positivos ou negativos. Logo, a responsabilidade ambiental torna-se indispensável na cultura destas instituições, sobretudo pelo fato delas terem uma relação estreita com o meio ambiental. As informações sobre as ações ambientais possibilitam que as empresas prestem conta das suas atividades à sociedade. Os usuários dessas informações exigem dados objetivos e legítimos, que possam ajudá-lo na formação de opinião e tomada de decisão. Este trabalho busca analisar as informações disponibilizadas pelas empresas do agronegócio e identificar as ações ambientais desenvolvidas por elas na tentativa de minimizar os impactos gerados pela sua atuação. O estudo avaliou as informações disponibilizadas pelas 100 maiores empresas do setor, de acordo com o *ranking* da edição anual da revista Exame “Maiores & Melhores de 2009” da editora Abril. Através das análises, constatou-se que não há uma homogeneidade entre as empresas, além de existirem muitas que negligenciam a divulgação de suas ações ambientais, não permitindo aos usuários uma visão mais ampla das suas atividades.

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

Área temática: Gestão de Custos Ambientais e Responsabilidade Social.

1. Introdução

1.1 Considerações Preliminares

O agronegócio, impulsionado pelo crescimento do consumo e por outros ramos da atividade econômica, vem ganhando destaque no mundo capitalista. A ampliação deste mercado pode ser observada, também, por meio da evolução histórica do setor. No Brasil, os ciclos econômicos, durante muito tempo, eram baseados em produtos primárias, e este potencial já chamava atenção dos exploradores e dos governos.

Nos anos mais recentes, o setor não deixou de lado sua importância na economia brasileira. Segundo as pesquisas realizadas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA 2008), o PIB do agronegócio brasileiro em 2007 foi de R\$ 564,36 bilhões, representando um aumento de quase 5% em relação ao ano anterior, que era de R\$ 540,1 bilhões. O volume em 2008 chama ainda mais atenção comparado-o com o produto total da economia, já que sozinho é responsável por aproximadamente 23,3% do PIB.

O setor agrícola apesar de gerar vultosas riquezas para diversas economias, durante um longo período, foi reconhecido como sinal do atraso econômico dos países agroexportadores, que dependiam desse mercado para manter seus cofres positivos. 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 BNDES, há investimentos crescentes, na tentativa de ampliar a contribuição desse setor.

Apesar de seus benefícios econômicos, o agronegócio é um dos setores, potencialmente, poluidores, já que utiliza do meio-ambiente como base de suas atividades, e assim sendo, nele deposita resíduos do processo produtivo em quantidade bastante expressiva ou dele retira maciços recursos de forma a comprometer a capacidade de auto-renovação. Combater esses impactos ambientais é um dos grandes desafios para o setor, já que o ramo depende do desenvolvimento de novas tecnologias, para ter uma interação menos nociva com o meio ambiente, de ações socioambientais, para reparar os danos provocados pela atividade e, ainda, de muitos recursos financeiros.

A crescente conscientização dos impactos gerados pelas ações humanas, também, no agronegócio, aliado às forças concorrencias, 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.

1.2 Formulação do Problema

Em diversos setores econômicos, as empresas divulgam periodicamente relatórios anuais de sustentabilidade ou outros tipos de documentos, onde evidenciam suas ações de responsabilidade socioambiental.

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, relacionando sua atividade e interação com o meio ambiente e, as pesquisas têm demonstrado que não é possível estabelecer uma relação de causa e efeito nestas divulgações, levando-se ao questionamento quanto a existência de informações que sejam, efetivamente, transparentes e úteis aos usuários.

A sua relação do agronegócio com o meio ambiente ocorre de uma maneira estreita e com pequenas mudanças em relação aos impactos ambientais inerentes ao setor, causando, assim prejuízos sérios às condições de sua continuidade da sua atividade e a sobrevivência humana.

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 veículos são utilizados para esta divulgação?
- Quais dados são disponibilizados? Essa evidenciação é uniforme entre as empresas do ramo?
- Existe uma co-relação entre as características das empresas deste setor com o seu nível de evidenciação?

1.3 Objetivo

Desta forma, esta pesquisa terá por objetivo estudar as maiores empresas do setor de agronegócios, buscando-se identificar a divulgação de informações sobre as condições de interação com o meio ambiente e suas ações de responsabilidade ambientais direcionadas à reparação dos danos provados.

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.

1.4 Justificativa

As empresas do agronegócio, em suas atividades, consomem recursos humanos, naturais e financeiros pertencentes à sociedade. Para Martins (1997), qualquer empresa gira em função da sociedade e do que a ela pertence, devendo, no mínimo, informar se utiliza de maneira eficiente os recursos da sociedade.

O retorno financeiro é um dos parâmetros mais usados para medir a eficiência empresarial, porém este critério avalia o benefício para aquela parcela da sociedade com uma relação mais próxima da empresa. Todavia existem outras maneiras mais amplas de identificar os benefícios de uma instituição, como a análise de suas ações de responsabilidade social. Estas práticas devem ser informadas de maneira fidedigna, para que a empresa promova a transparência das suas atitudes, proporcionando assim um relacionamento mais íntimo com o público geral e, conseqüentemente, a melhoria de imagem da empresa (Pinto e Ribeiro, 2004).

2. Referencial Teórico

2.1 A Agricultura e o Brasil

De acordo com dados do Instituto de Economia Agrícola (IEA, 2008), o Brasil é o país que apresenta o maior número de terras agricultáveis, em boas condições de clima, relevo e solo do mundo. Dispõe então, de um grande potencial para a demanda por produtos agrícolas.

O resultado desses bons índices pode ser observado por meio do volume de exportação de alimentos, que chegaram US\$61,84 bilhões em 2007, segundo o IEA (2008), representando cerca de 35% dos US\$160,65 exportados pelo país. O setor foi um dos que contribuíram para proporcionar *superávit* no ano de 2007.

Baseado na tendência de crescimento populacional, aumento das áreas cultivadas e melhoria da produtividade agrícola; acredita-se em um potencial imensurável para este setor.

Segundo dados da (CONAB, 2008), o Brasil consegue suprir a sua demanda interna, mesmo exportando grande parte do que produz.

Diante desta importância econômica, o agronegócio acaba gerando para si uma grande responsabilidade de cunho social e ambiental, devido as suas interferências no meio, as suas potencialidades lucrativas e as cobranças externas por parte da sociedade em geral. Segundo Verdolin e Alves (2004, p. 9):

O mercado interno, e principalmente externo, estão cada vez mais exigentes quanto às atitudes socialmente responsáveis, podendo o agronegócio, que contribui com uma expressiva parcela do PIB brasileiro buscar, através da responsabilidade social, crescimento e sobrevivência. (...)

Além disso, deve ser considerado o impacto positivo que essas ações têm nas condições de competitividade das empresas, tanto em relação à eficiência no processo produtivo quanto de sua imagem em relação aos *stakeholders*.

Dentro deste ramo, a atividade pode ser exercida de diversas formas, aquelas que cultivam a terra, as envolvidas com a criação de animais e transformação de determinados produtos agrícolas, exploração de subsistência ou como grandes empresas do setor agrícola, pecuário e agroindustrial; todas elas são reconhecidas como empresas agrícolas (MARION, 2002, p. 15). Independente do formato e do tamanho da empresa, ela sempre exercerá um papel de importância no meio no qual está inserida, pois o contexto social demonstra que todos os agentes da sociedade estão interligados dentro das suas funções.

2.2 Gestão e Responsabilidade Socioambiental

As organizações como um integrante fundamental do conjunto social, exercem um papel fundamental nas atividades humanas, logo, suas decisões podem provocar grandes modificações em todos os meios sociais.

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).

Estas cobranças sociais e regulamentais não são as únicas motivações dessas práticas, há também o fator competitivo e diferenciador consequentes desta atuação, como destaca Costa e Marion (2007, p.13):

As empresas precisam perceber que a garantia da sua sobrevivência está relacionada com o vínculo de fidelidade para com seus clientes, e isto pode ser conseguido fazendo transparecer o seu comprometimento com o meio ambiente.

Diante disto, há algum tempo muitas empresas já se atentaram para a questão ambiental e identificaram dentro desta problemática uma oportunidade estratégica de gestão.

Porém, as atitudes que desconsideram esta questão provocam grandes efeitos negativos para toda a sociedade. Segundo, Leonardo (2006, p. 90):

As questões ambientais têm uma natureza diferente de outras questões estratégicas empresariais. Essa diferença reside no fato de que uma decisão errada na área ambiental pode ter os mais 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.

2.3 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).

Além disso, 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, Iudícibus & Marion (1999, p. 53) 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 ações ambientais corporativas torna-se um escopo da contabilidade, mesmo não reconhecida tradicionalmente. Esse tipo de informação é de interesse geral e assim como ressalta o CPC (2008, p.3), as informações contábeis devem ser úteis na tomada de decisões e avaliações por parte dos usuários em geral e não deve ser exclusiva a determinados grupos de usuários.

Sabendo-se que as informações contábeis devem atingir todos os níveis de usuários, elas devem acompanhar a demanda dos dados solicitados. Diante deste fato, Mendes-da-Silva e Magalhães Filho (2005, p. 3) observaram que a sociedade vem impondo padrões de comportamento às empresas. A sociedade em geral está demonstrando interesse por determinado padrão de evidenciação e as empresas e o meio contábil devem se adequar para ofertar informações de acordo com a necessidade do usuário.

Por não existir no Brasil uma cobrança legal para a divulgação das ações ambientais, as informações não são disponibilizadas de maneira uniforme, apesar dos esforços na constituição de padrões, como dos modelos de Balanço Social do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) e do *Global Reporting Initiative* (GRI). Assim, as informações deste caráter são publicadas voluntariamente pelas empresas.

Para Murcia (2009, p.14), estas informações devem ser divulgadas de maneira clara e objetiva, pois as informações não relevantes são custosas e desnecessárias, podendo, ainda, confundir o usuário ao desviar sua atenção das informações relevantes.

2. 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” 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	Latices 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 quatro etapas:

- 1) Identificação das empresas que divulgaram e as que não divulgaram relatórios administrativos (Anual e de Sustentabilidade) do exercício de 2008. Essa primeira fase da coleta foi feita através dos sítios eletrônicos das empresas, já que os referidos relatórios possuem circulação restrita;
- 2) As empresas foram separadas em dois grupos. Grupo 1 (empresas que publicaram relatórios anuais em 2008) e Grupo 2 (empresas que não publicaram relatórios em 2008);
- 3) Identificou-se as informações sobre as ações ambientais das empresas do Grupo 1 divulgadas em seus relatórios e depois foram analisadas;
- 4) Identificou-se as informações sobre as ações ambientais das empresas do Grupo 2 divulgadas em seus sítios e depois foram analisadas.

Durante a etapa 3, foi realizada a leitura na íntegra das informações sobre ações ambientais contidas nos relatórios e na etapa 4, tais informações foram coletadas nas páginas eletrônicas das empresas que não elaboram 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 bolsa de valores do Brasil (Quadro 01), na qual as ações foram categorizadas e subdivididas entre monetárias, físicas e descritivas. Foi possível a utilização desta métrica, dado a utilidade das subdivisões em categorias e subcategorias pelo âmbito de realização. Destaca-se que as ações observadas foram aquelas que contribuíam para a melhoria dos pontos observados pelo referido autor. 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 Informação		
		(\$)	(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 Ambientais</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 sustentabilidade 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).

3. Resultados e Análises

3.1 Meios de divulgação

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 sites

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 empatadas 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 às revendas, não incorpora é sua responsabilidade corporativa a degradação ambiental provocada pelos os 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 evidenciação 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.

3.2 Qualificação das informações divulgadas

3.2.1 Empresas com divulgação através de sites

Dentre as 100 empresas estudadas, 38% deste universo divulgam informações sobre suas ações ambientais nos seus *sites*. Destas 38 empresas, apenas duas apresentam atuações na maioria das categorias de ações investigadas e são identificadas como de dois segmentos distintos, de Adubos e Defensivos e Leites e Derivados, porém nenhuma destas evidenciou de forma monetária os gastos com suas ações.

Deste grupo de empresas apenas três, menos de 10%, disponibilizaram dados monetários e apenas 15 dispunham de informes qualitativos de suas ações. A grande maioria divulgou apenas dados descritivos dos seus projetos ambientais.

3.2.2 Empresas com divulgação através de Relatórios

As empresas que optaram pela divulgação via Relatório documental, apresentaram um número maior de informações relevantes, diferenciando-se daquelas que optaram pelas informações eletrônicas. Dentre estas 41 empresas, constatou-se que 15 delas evidenciam de forma monetária suas ações ambientais e mais de 65% delas apresentam outros tipos de dados quantitativos dos seus projetos. Os dados quantitativos ficam mais escassos proporcionalmente a queda na classificação proposta pelo *ranking* do setor.

Além da correlação com a classificação da empresa e consequentemente ao tamanho da empresa, observou-se que há um predomínio de alguns segmentos o com informações mais abrangentes, como é caso do sub-setor de Óleos, farinhas e conservas, Aves e Suínos, Madeira e celulose, estes setores, como citado anteriormente, estão ligados a um grande volume de comercialização e/ou a práticas de alto grau de degradação.

3.2.3 Ações desenvolvidas pelas empresas e sua evidenciação voluntária

Dentre as categorias de ações ambientais estudadas, a que se mostrou mais usou 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 resumiu-se a responsabilidade ambiental, mas deve-se, também, a busca das instituições na tentativa de combater-se os custos produtivos. As informações destas ações apresentavam um grande numero de dados qualitativos, pois já que está ligada diretamente a eficiência produtiva, na maioria das vezes mensurada em números, não se torna difícil sua evidenciação. 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

Outra categoria de ação em destaque foi o “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.

Já as categorias menos divulgadas são as ações que envolvem “Desenvolvimento de produtos ecológicos”, “Reparos aos danos ambientais” e “Projeto de Mecanismos de Desenvolvimento Limpo (MDL)”. 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. Porém observou-se uma negligência dessas informações. Os “Projetos de Mecanismos de Desenvolvimento Limpo (MDL)”, foi outro ponto pouco explorado, contrapõe-se ao item de 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 com os 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 evidência 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.

A partir da discussão de responsabilidade ambiental eminente a atividade do agrícola, então se buscou 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 a 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 “Projeto de Mecanismos de Desenvolvimento Limpo (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.

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, reduz-se as 100 empresas listadas.

Seriam, então, interessantes que futuros trabalhos contemplassem comparações entre a evidenciação 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 evidenciações estudadas.

Referências

BNDS. Banco Nacional do Desenvolvimento. **Áreas de Atuação: Agronegócio**. Disponível em: http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Areas_de_Atuação/Agropecuária. Acesso em: 15 jul. 2010.

CNAB. Companhia Nacional de Abastecimento. **Série Histórica**. Disponível em: <http://www.conab.gov.br>. Acesso em: 29 de ago de 2009.

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.

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.

IEA. Instituto de Economia Agrícola. Disponível em: <<http://www.iea.sp.gov.br>>. Acesso em: 25 de ago. 2009.

IUDÍCIBUS, Sérgio; MARION, José Carlos. **Introdução à de 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.

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.

MARION, J. C. **Contabilidade Rural**: contabilidade agrícola, contabilidade pecuária, imposto de renda pessoa jurídica. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

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.

MENDES-DA-SILVA, W.; MAGALHÃES FILHO, P. A. O. Determinantes na disseminação voluntária de informações financeiras na internet. **RAE-eletrônica**. V.4, N.2. jul./dez. 2005.

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.

VERDOLIN, D. R.; ALVES, A. F.. **Responsabilidade Social: Perspectivas Para O Agronegócio.** Organizações rurais agroindústria, Lavras, v. 7, n. 1, p. 103-113, 2005.

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.