



Responsabilidade Sócio-Ambiental ou Greenwash: Uma avaliação com base nos relatórios de sustentabilidade ambiental.

Prof. MsC Luiz dos Santos Lins

Faculdades de Administração e Ciências Contábeis – FACC - UFRJ

Avenida Pasteur, 250 - Rio de Janeiro - RJ - CEP. 22240-290

Tel: 021 33479104

e-mail: llins@facc.ufrj.br

Prof. Dr. Raimundo Nonato Sousa Silva

Faculdades Ibmec – Rio de Janeiro

Av. Presidente Wilson, 118 sala 117 – Centro - Rio de Janeiro – RJ - CEP 20030-020

Tel 021 45034124 - nonato@ibmecrj.br

Resumo

Diversos ambientalistas têm usado o termo *greenwash*, algo como uma “pincelada de verde”, para designar atitudes de “responsabilidade ambiental” promovidas por algumas empresas em ações que, para eles, não passam de promoções de *marketing* cujo objetivo principal é o de apresentar uma melhor imagem sócio-ambiental. Exemplo disso é o aumento nos últimos anos de notícias divulgadas na imprensa sobre a criação de instituições e projetos orientados para ações sócio-ambientais, embora não se observe, com a mesma magnitude, comprovações disso nos relatórios publicados pelas empresas. Pode-se acreditar que ações dessa natureza decorram do fato de que as empresas passaram a valorizar ainda mais a maneira como a sociedade percebe o comprometimento delas com o meio ambiente e, nesse sentido, a postura da chamada empresa cidadã baseada no resgate de princípios éticos e morais passou a ter natureza estratégica, em especial para as sociedades anônimas de capital aberto pois desde o início de dezembro 2005, a Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) passou a contar com um novo índice aplicado ao mercado de ações - o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) que visa destacar as empresas (e, conseqüentemente, valorizar suas ações) que, segundo avaliação da Bovespa, apresentam melhores desempenhos em termos de responsabilidade social e sustentabilidade financeira e ambiental. Nesse sentido este trabalho pretende avaliar o nível de evidenciação e transparência dos relatórios de sustentabilidade emitidos pelas empresas do setor de papel e celulose e propor um conjunto de indicadores extraídos desses relatórios visando permitir avaliar se as intenções das empresas são reais conforme demonstrados em seus relatórios ou se são apenas peças de *marketing*.

1. Introdução

No momento atual, o maior desafio da sociedade organizada, das grandes empresas e de governos é o desenvolvimento econômico com a preservação ambiental, o chamado desenvolvimento sustentável, ou seja, atender as necessidades de hoje sem comprometer as necessidades das futuras gerações. Governos e organizações públicas e privadas tornam-se cada vez mais conscientes da impossibilidade de separar as questões relativas ao desenvolvimento econômico das questões relativas ao meio ambiente.



A questão da boa imagem ambiental para as grandes organizações, principalmente naqueles setores tradicionalmente de alto risco de acidentes ambientais, tem se tornado cada vez mais importante, além da contribuição para a redução de custos (SHARMA et al 1999; MILES e COVIN, 2000; TOMS, 2001). Essa preocupação com a boa imagem na sociedade se torna ainda mais relevante se considerarmos que, conforme KAPLAN e NORTON (2000), o valor contábil dos ativos tangíveis representa atualmente apenas cerca de dez por cento do valor de mercado das organizações. Dentro dos ativos considerados intangíveis, a imagem da organização perante a sociedade é um dos componentes de maior peso.

Para as empresas com visão estratégica de longo prazo, a questão ambiental deixou de ser encarada apenas como uma exigência legal e passou a ser considerada como uma importante variável dentro da competitividade empresarial, sendo, em algumas empresas, inseridas definitivamente nos mais altos níveis hierárquicos do planejamento estratégico. DONAIRE (1999) ressalta que a excelência ambiental quando não atingida pode ser ruínoza e irreversível e, ao contrário, quando alcançada e bem explorada, é passível de se converter em oportunidades de novos ganhos e crescimento. Interessante ressaltar que a preservação ambiental e todas as questões relacionadas com o meio ambiente nos próximos anos se tornarão um excelente negócio para as empresas que começarem a se movimentar desde já. Por exemplo, para as questões relacionadas com as consequências do aquecimento global, para cada um grau centígrado de aumento da temperatura da Terra, está estimado um custo de cerca de trezentos bilhões de dólares por ano. O mercado de energia limpa tem uma previsão de movimentação de recursos da ordem de quinhentos bilhões de dólares até o ano de 2050. (VEJA 2006).

O objetivo desse estudo foi analisar o nível de evidenciação ambiental dos relatórios de sustentabilidade (RS) das empresas que atuam em atividades normalmente danosas ao meio ambiente e / ou de alto risco de acidentes ambientais. Nesse sentido foram selecionadas empresas que atuam no ramo de papel e celulose listadas no índice de sustentabilidade empresarial (ISE) de 2005, emitido pela Bovespa. Assim, dentro do universo de 28 empresas listadas no ISE, o escopo da pesquisa deteve-se as empresas do ramo de papel e celulose, quais sejam Aracruz Celulose; Suzano Bahia Sul Papel e Celulose e Votorantim Celulose e Papel, para os anos de 2005 e 2006.

2. Índice de Sustentabilidade Empresarial

Desde o início de dezembro de 2005, a Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) conta com um novo índice aplicado ao mercado de ações - o Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). Esse é o quarto índice desse tipo que existe no mundo, e sinaliza uma tendência das bolsas de valores. O ISE visa destacar as empresas (e, conseqüentemente, valorizar suas ações) que, segundo avaliação da Bovespa, apresentam melhores desempenhos em termos de responsabilidade social e sustentabilidade financeira e ambiental.

Criado a partir de uma parceria entre a Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV-EAESP) e a Bovespa, o ISE tem por objetivo refletir o retorno de uma carteira composta por ações de empresas com reconhecido comprometimento com a responsabilidade social e a sustentabilidade empresarial, e também atuar como promotor das boas práticas no meio empresarial brasileiro. O índice foi formulado utilizando o conceito do *Triple Bottom Line* (TBL) que avalia, de forma integrada, as dimensões econômico-financeiras, sociais e ambientais das empresas. Aos princípios do TBL, foram

adicionados critérios e indicadores de governança corporativa. A seleção é feita a partir de um questionário que é enviado as empresas.

O novo índice, de acordo com a Bovespa, atende a uma demanda crescente de investidores preocupados em aplicar seus recursos nos chamados investimentos socialmente responsáveis (SRI, sigla em inglês). “O ISE tem por objetivo refletir o retorno de uma carteira composta por ações de empresas com reconhecido comprometimento com responsabilidade social, sustentabilidade empresarial, e atuação na promoção de boas práticas no meio empresarial brasileiro”, afirma a Bovespa em documento explicativo sobre o novo índice. Para os investidores, o ISE também serve como uma referência para indicar quais ações, dentre as negociadas pela Bovespa, são mais seguras a longo prazo, já que empresas que seguem os critérios de sustentabilidade empresarial tendem a representar menor risco ao investimento.

As 28 empresas cujas ações fazem parte do índice (34 ações no total) foram eleitas a partir das respostas dadas a um questionário enviado às 121 companhias responsáveis pelas 150 ações mais negociadas na Bovespa. O questionário e a metodologia do índice foram elaborados pelo Centro de Estudos de Sustentabilidade da Fundação Getúlio Vargas a partir do conceito “triple bottom line”, que contempla critérios relacionados às dimensões econômico-financeira, social e ambiental da sustentabilidade empresarial. Foram também incluídas questões referentes a mais duas dimensões (totalizando 5 grupos de indicadores): governança corporativa e informações gerais sobre as políticas de sustentabilidade da companhia e a natureza dos produtos que comercializa. Enquanto a primeira trata, por exemplo, da participação de acionistas minoritários nas decisões da empresa, a outra dimensão aborda, entre outras questões, se tais produtos geram riscos à saúde de quem os consome.

No tocante ao questionário que é enviado as empresas, as questões de cunho econômico-financeiras e sócio-ambientais foram abordadas a partir de quatro pontos:

- Políticas (indicadores de comprometimento)
- Gestão (indicam planos, programas, metas e monitoramento)
- Desempenho (indicadores de performance) e
- Cumprimento Legal (avaliam o cumprimento de normas nas áreas de concorrência, consumidor, trabalhista, ambiental, entre outras).

O ISE entrou em vigor para os balanços fechados em 31/12/2005 e é revisado anualmente. Foi criado para se tornar *benchmark* para o investimento socialmente responsável e também indutor de boas práticas no meio empresarial brasileiro. É calculado pela BOVESPA em tempo real ao longo do pregão, considerando os preços dos últimos negócios efetuados no mercado à vista. As ações integrantes do ISE são selecionadas entre as mais negociadas na BOVESPA em termos de liquidez e ponderadas na carteira pelo valor de mercado dos ativos disponíveis à negociação.

3. Revisão Teórica sobre Evidenciação (*Disclosure*) da Responsabilidade Sócio-Ambiental.

Em contabilidade, o termo *disclosure* é aplicado como sinônimo de evidenciação, abertura, divulgação de informações quantitativas e qualitativas: “Informações fornecidas como um anexo às demonstrações financeiras em notas explicativas ou em meios suplementares. Qualquer informação material deve ser evidenciada incluindo informações de natureza

quantitativa e qualitativa que sejam úteis aos usuários das demonstrações financeiras” (*Dictionary of Accounting Terms, Barron’s, Third Edition*).

O tema é tão importante que alguns autores consideram o *disclosure* um princípio geral de contabilidade (fundamento). Assim, o princípio de *disclosure* estabelece que toda e qualquer informação que possa afetar o pleno entendimento das demonstrações financeiras de uma empresa deve ser incluída nas demonstrações financeiras.

Segundo IUDÍCIBUS (2004), o *disclosure* “é um compromisso inalienável da contabilidade com seus usuários e com os próprios objetivos. As formas de evidenciação podem variar, mas a essência é sempre a mesma: apresentar informação quantitativa e qualitativa de maneira ordenada, deixando o menos possível para ficar de fora dos demonstrativos formais, a fim de propiciar uma base adequada de informação para o usuário”.

O *disclosure* representa um importante meio de comunicação sobre o desempenho de uma empresa aos seus interessados: acionistas, credores, órgãos de supervisão e controle, governo, empregados. Por esse motivo, o *disclosure* possui papel essencial na redução da assimetria de informação entre os gestores e aqueles que possuem interesses na empresa, especialmente investidores. Alguns autores consideram o *disclosure* com o mesmo significado de transparência. LODI (2000), em sua definição quanto à missão do Conselho de Administração de uma empresa, destaca a utilização do termo transparência como sinônimo de *disclosure*.

Esse entendimento também é apresentado pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), no documento “Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa”. Nesse Código, a transparência é destacada como um dos princípios básicos, além da equidade, prestação de contas (*accountability*) e responsabilidade corporativa. O documento ressalta a importância da transparência na manutenção de um ambiente de confiança, tanto internamente, quanto nas relações da empresa com terceiros:

“Mais do que a obrigação de informar, a Administração deve cultivar o desejo de informar, sabendo que da boa comunicação interna e externa, particularmente quando espontânea, franca e rápida, resulta um clima de confiança, tanto internamente, quanto nas relações da empresa com terceiros. A comunicação não deve restringir-se ao desempenho econômico-financeiro, mas deve contemplar também os demais fatores (inclusive intangíveis) que norteiam a ação empresarial e que conduzem à criação de valor.” (IBGC, 2004)

Em outro sentido para HEALY E PALEPU (2000), o *disclosure* corporativo é fundamental para o funcionamento de um mercado de capitais eficiente, uma vez que a redução da assimetria informacional pode propiciar uma alocação mais eficiente de recursos financeiros. Algumas das grandes empresas, essencialmente as de capital aberto e que têm ações na Bolsa de Valores de Nova York (NYSE), já perceberam o quão importante se faz à divulgação de suas preocupações com o meio ambiente para terem credibilidade e confiabilidade junto aos vários usuários dessa informação, bem como reflexo na capacidade competitiva.

Diante desse fato, com a finalidade de atender a essas empresas, têm sido publicados desde o início dos anos 90, vários guias e diretrizes sobre evidenciação ambiental, os quais, apesar de não serem obrigatórios, servem como forma de incentivar a elaboração de relatórios com conteúdo ambiental e socialmente responsável.

No Brasil, a Comissão de Valores Mobiliários - CVM, por meio do Parecer de Orientação N° 15/97, sugere que as empresas apresentem, no relatório da administração, as informações referentes aos investimentos realizados em benefício do meio ambiente e a sua conduta em relação com as questões ecológicas.

O Instituto dos Auditores Independentes do Brasil (Ibracon) publicou em 1996, as Normas e Procedimentos de Auditoria 11, nas quais afirma que a Ciência Contábil, assim como as demais Ciências, devem participar dos esforços em favor da defesa e proteção contra a poluição e as agressões à Vida Humana e à Natureza. No referido documento o Ibracon conclui que Ativos e Passivos Ambientais, quando existirem, deverão ser registrados nas Demonstrações Contábeis das empresas e recomenda ainda que, seja no Ativo seja no Passivo Ambiental, os valores decorrentes de investimentos na área de Meio Ambiente fossem apresentados em títulos contábeis específicos, identificando, numa segmentação adequada, o Ativo Imobilizado Ambiental, Estoques Ambientais, Diferidos Ambientais, etc., bem como os Passivos Ambientais (Financiamentos Específicos, Contingências Ambientais definidas, etc.). O Ibracon orienta também que a revelação da posição ambiental da empresa deverá ser um objetivo importante da sua Contabilidade e da sua Administração, seguindo as instruções apresentadas acima, ou, então, mediante a apresentação de nota explicativa que evidencie a sua real posição ambiental, informando a política ambiental adotada, valor dos investimentos em ativos fixos e diferidos ambientais e critérios de amortizações/depreciações, despesas ambientais debitadas ao resultado do exercício, passivo contingente e cobertura, se houver, de seguros, Plano Diretor de Meio Ambiente elaborado, seus cronogramas físicos e financeiros, empréstimos específicos contraídos e suas amortizações programadas.

Em 19 de agosto de 2004, o Conselho Federal de Contabilidade - CFC, emitiu a Resolução 1003/04, aprovando a Norma Brasileira de Contabilidade T 15 – NBC T 15, com a denominação de “Informações de Natureza Social e Ambiental”, a qual entrou em vigor a partir de 1º de janeiro de 2006. Seu objetivo é estabelecer procedimentos para a evidenciação de informações de natureza social e ambiental, de forma a demonstrar à sociedade a *participação e a responsabilidade social da entidade*. (NBC T 15, parágrafo 15.1.1). Segundo as instruções do parágrafo 15.1.2 da referida norma, as informações devem abranger a geração e distribuição de riqueza, ou seja, a demonstração do valor adicionado, os recursos humanos e a interação da entidade com o ambiente externo, aqui subentendido como sociedade em geral e meio ecológico.

Fica claro na Norma, como um todo, que as informações sociais e ambientais podem ser de natureza física, monetária ou qualitativa e não necessariamente, proveniente da contabilidade. A Norma esclarece, em seu parágrafo 15.1.4 que as informações devem aparecer, no conjunto das demonstrações contábeis, como informações complementares e, não, como notas explicativas; além disso, devem ser apresentadas de forma comparativa, ou seja, sempre precedidas das informações do ano anterior (parágrafo 15.1.5), e ser objeto de auditoria (parágrafo 15.3.3).

4. Disclosure da Responsabilidade Sócio-Ambiental ou *Greenwash*?

Segundo um antigo jargão de *marketing*, mais importante do que ser é aparentar ser. A busca da boa imagem institucional é o principal fator de investimentos em meio ambiente (REAL 1999). O quadro 1 abaixo retrata o grau de importância atribuído pelos empresários na justificativa dos investimentos em meio ambiente.

Quadro 1: Principais fatores motivadores de investimentos em meio ambiente

Fatores Motivadores de investimentos em Meio Ambiente	Moderado ou Importante (%)	Muito Importante (%)
Melhoria da Imagem Institucional	46	45
Imposição Legal	44	43

Certificação Ambiental	34	40
Melhoria do Desempenho	44	32
Competitividade	39	28
Redução de Custos	33	16

Fonte: Adaptado de REAL (1999)

Em alguns casos, muitas empresas parecem estar mais preocupadas em passar uma imagem de empresa preocupada com aspectos sócio-ambientais do que efetivamente o são. É o chamado *greenwash* (algo como uma “pincelada de verde”). Esse termo pejorativo, discutido principalmente por GREER e BRUNO (1996) é utilizado por ambientalistas para designar atitudes de “responsabilidade ambiental” promovidas por empresas e que, na verdade, não passam de ações de *marketing* visando passar uma melhor imagem sócio-ambiental. Nesse sentido, por exemplo, nos últimos anos as propagandas de bancos têm-se voltado maciçamente para divulgação de ações sócio-ambientais, inclusive com a criação de institutos com ênfase em ações voltadas para o social. Outras empresas ainda mantêm investimentos em projetos ambientais que a todo o momento são divulgados na mídia.

A nova postura da empresa cidadã baseada no resgate de princípios éticos e morais passou a ter natureza estratégica (BRAGION 2006). Desse modo, a questão de como a sociedade percebe as empresas tornou-se um fator relevante nas decisões estratégicas.

O crescente temor do comprometimento da imagem institucional perante a sociedade fez com que cada vez mais as empresas buscassem um diferencial em relação a sua postura dentro da responsabilidade social e ambiental. É fato que toda postura sócio-ambiental efetiva pode e deve ser divulgada pelas empresas que as pratica de forma perene. Entretanto, essa divulgação por vezes extrapola os fatos reais, passando para a opinião pública uma preocupação sócio-ambiental maior do que a realidade dos números demonstra.

Recentemente a ExxonMobil foi duramente criticada, principalmente nos Estados Unidos, por uma campanha onde especialistas patrocinados pela empresa contestam os efeitos nocivos decorrentes da emissões dos derivados de petróleo. Nessa empreitada a ExxonMobil tem feito doações de cerca de dezesseis milhões de dólares no período de 1998 a 2005, a entidades que atendem aos seus interesses (LOBE 2007). Essa campanha da ExxonMobil está sendo comparada com a da indústria do tabaco que por décadas negou com dados supostamente científicos, qualquer ligação entre o ato de fumar e o câncer de pulmão. Diferentemente de outros gigantes do segmento de petróleo e gás, o CEO da ExxonMobil até o ano passado, Lee Raymond, tratava publicamente com desdém a teoria de que a combustão de combustíveis fósseis era o principal fator do aquecimento global, resistindo a todo custo às pressões dos acionistas para investimentos em combustíveis alternativos. Segundo BRAGION (2006) a vertiginosa multiplicação das iniciativas empresariais, que confundem o articulado leque que abrange *marketing* social, filantropia, investimento social privado, responsabilidade social empresarial e sustentabilidade corporativa, sugere o caráter incipiente de um processo, que, na pior das hipóteses, se manifestará como mero *greenwash*. As empresas buscam vincular sua imagem à noção de responsabilidade social. A nova postura da empresa cidadã baseada no resgate de princípios éticos e morais passou a ter natureza estratégica. Um exemplo de *greenwash* é citado por BRUNO (2007). O autor faz duras críticas a empresa Monsanto. Segundo ele a empresa é uma das maiores praticantes de *greenwash* no mundo. A empresa tenta passar para o consumidor a idéia de organização filantrópica, interessada na proteção do meio ambiente e preocupada com a fome no mundo. A realidade é muito diferente. Na sua campanha, a Monsanto não propõe a compra de seus produtos. Ao contrário, seus anúncios são produzidos em tons educativos, simulando transparência e uma linguagem longe de ser



agressiva. Outro exemplo apresentado por BRUNO (2007) está nas empresas de petróleo e gás. Para o autor, normalmente essas companhias praticam *greenwash* por meio de propagandas, associando a sua logomarca a belezas naturais ou imagens ambientais, embora suas atividades possuam um alto risco de acidentes ambientais e seus produtos estejam relacionados diretamente com a poluição.

5. Metodologia

5.1. Natureza da Pesquisa

Tendo em vista que o presente estudo pretende analisar o nível de evidenciação e transparência das empresas do ramo de papel e celulose listada no ISE, a pesquisa pode ser classificada como analítica ou explanatória, pois pretende analisar e explicar como ou por que os fatos estão acontecendo e, quanto aos meios, a pesquisa é qualitativa, pois além de examinar, pretende fazer uma reflexão sobre os dados evidenciados (COLLIS E HUSSEY, 2005). Quanto à tipologia é um estudo de caso múltiplo, pois se pretende fazer comparações entre diferentes casos conforme descrevem YIN (1981) e ROESCH (2005). No tocante à coleta de dados, estes foram obtidos através de exame dos relatórios de sustentabilidade e de entrevistas com especialistas das áreas ambientais das empresas para validar os indicadores extraídos dos relatórios sobre os quais será feita análise de conteúdo.

5.2 Critérios de Seleção e Coleta e Análise de dados

A seleção das instituições tomou como base o universo de empresas listadas pelo ISE da Bovespa. Foram selecionadas aquelas do ramo de papel e celulose por se julgar que o setor escolhido é de grande importância entre aqueles envolvidos e comprometidos que questões ambientais. Dentro desse setor foram selecionadas todas as empresas listadas, no caso três empresas.

A coleta de dados foi feita com base em relatórios periódicos disponibilizados pelas empresas visando analisar a evolução do nível de *disclosure* praticado nos últimos dois anos (2005-2006). Além disso, foram comparados os padrões de *disclosure* atuais das empresas com o questionário desenvolvido para avaliar o desempenho das empresas emissoras das 150 ações mais negociadas na BOVESPA, considerando elementos ambientais, sociais e econômico-financeiros de forma integrada. Este questionário foi acessado através do site <http://www.bovespa.com.br/Mercado/RendaVariavel/Indices/FormConsultaQuestISE.asp?Indice=ISE>

Desse modo, a metodologia da pesquisa consistiu primeiramente em obter as empresas listadas no ISE dentro do ramo de atividade selecionado; em seguida, através do programa “Divest”, disponível no site da CVM (www.cvm.gov.br) foram obtidas as demonstrações contábeis (DC) das empresas; nos sites das mesmas foram obtidos ainda os relatórios de sustentabilidade e finalmente foram compilados os dados obtidos e formuladas as conclusões finais da pesquisa. A utilização do relatório de sustentabilidade deriva do fato do mesmo conter informações mais detalhadas sobre aspectos ambientais do que qualquer outro, além de incluir o demonstrativo do balanço social.

5.3 Construção dos indicadores

Visando a padronização e análise da evidenciação ambiental de cada empresa, foi elaborado um conjunto de índices que possibilitasse, de forma comparativa, verificar o nível de transparência e adequacidade das informações prestadas em relação ao meio ambiente. A escolha dos pontos que compuseram o conjunto de índices teve como base os modelos de

balanços sociais mais utilizados pelas empresas brasileiras, tais como o Ethos e Ibase. Além das informações contidas nos balanços sociais, foram adaptadas algumas perguntas utilizadas no questionário do ISE utilizado para a seleção das empresas listadas na Bovespa que fariam parte desse ranking. O principal objetivo foi verificar a transparência das informações prestadas, mesmo que negativas a imagem da empresa. Para tanto os seguintes pontos foram selecionados: 1) valor dos investimentos em meio ambiente comparativo com o ano anterior; 2) multas recebidas e processos judiciais em curso relativos a aspectos ambientais; 3) eventos ambientais patrocinados pela empresa; 4) prêmios e certificações relativos ao meio ambiente; 5) prestação de contas das metas ambientais previstas no ano anterior; 6) Emissões, efluentes e resíduos; 7) integrante do índice Dow Jones de sustentabilidade (DJSI); 8) consumo de água em comparação com o ano anterior; 9) consumo de energia comparativa com o ano anterior; 10) nível um de governança corporativa.

O critério de atribuição de pontos considerou como mais importante e, portanto, como maior pontuação, a evidenciação de informações que poderiam, em tese, prejudicar a imagem da empresa e com menos pontos informações relativas a bons desempenhos da empresa, como por exemplo, prêmios recebidos. Assim, só os itens que afetam negativamente a imagem da empresa receberam pontuação igual a 2. Ressalte-se ainda que para cada informação prestada parcialmente, foi atribuída a metade dos pontos. Os indicadores e sua pontuação estão apresentados, a seguir, no Quadro 2.

Quadro 2: Pontuação

Informação Evidenciada	Pontuação
Valor dos investimentos em meio ambiente	0,5
Multas recebidas e processos judiciais em curso relativos a aspectos ambientais	2
Eventos ambientais patrocinados pela empresa	0,25
Prêmios e certificações relativos ao meio ambiente	0,5
Prestação de contas das metas ambientais previstas no ano anterior	2
Emissões, efluentes e resíduos comparativo com anos anteriores	2
Integrante do índice Dow Jones de sustentabilidade (DJSI)	1
Consumo de água em comparação com o ano anterior	2
Consumo de energia comparativa com o ano anterior	2
Nível um de governança corporativa	0,25
Pontuação máxima	12,5

Fonte: Autores

6. Empresas Pesquisadas

Com base no universo de empresas listadas pelo ISE da Bovespa, foram selecionadas todas aquelas do ramo de papel e celulose: Aracruz Celulose (AC); Suzano Bahia Sul Papel e Celulose (SBSPC) e Votorantim Celulose e Papel (VCP). A seguir é apresentado um breve histórico de cada empresa pesquisada. Todos os dados a seguir foram obtidos nos respectivos sites.

6.1 Aracruz Celulose (AC)



A Aracruz Celulose é uma empresa brasileira, líder mundial na produção de celulose branqueada de eucalipto. Responde por cerca de 30% da oferta global do produto, destinado à fabricação de papéis de imprimir e escrever, papéis sanitários e papéis especiais de alto valor agregado. Suas operações florestais alcançam os Estados do Espírito Santo, Bahia, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, com aproximadamente 279 mil hectares de plantios renováveis de eucalipto, intercalados com cerca de 154 mil hectares de reservas nativas, que são fundamentais para assegurar o equilíbrio do ecossistema.

Sua capacidade nominal de produção, de cerca de 3 milhões de toneladas anuais de celulose branqueada de fibra curta de eucalipto, está distribuída pelas Unidades Barra do Riacho - ES (2,1 milhões de toneladas), Guaíba - RS (430 mil toneladas) e Veracel - BA (450 mil toneladas).

No Espírito Santo, opera um complexo industrial constituído de três fábricas de celulose, totalmente integrado aos plantios e a um porto privativo especializado, Portocel, através do qual exporta grande parte da sua produção de 2,1 milhões de toneladas anuais.

O controle acionário da Aracruz é exercido pelos grupos Safra, Lorentzen e Votorantim (28% do capital votante cada) e pelo BNDES (12,5%). As ações preferenciais da Aracruz (56% do capital), são negociadas nas Bolsas de Valores de São Paulo, Madri e Nova Iorque.

A Aracruz é a única empresa no mundo do setor de produtos florestais e papel que integra o índice *Dow Jones* de sustentabilidade (DJSI), que destaca as melhores práticas em sustentabilidade corporativa no mundo.

6.2 Suzano Bahia Sul Papel e Celulose (SBSPC)

Suzano Papel e Celulose iniciou atividades em 1924. Com a aquisição da primeira máquina de papel no final da década de 30, foi iniciada a produção própria de papel. Na década de 50, a Companhia foi a primeira produtora a nível mundial a utilizar a celulose de eucalipto em escala industrial, e em meados da década de 60 a primeira a produzir papel para imprimir e escrever utilizando 100% de celulose de eucalipto. No final da década de 90, os negócios não relacionados às atividades principais da empresa foram alienados e, em 2001, os ativos petroquímicos foram cindidos dos negócios relacionados às operações de papel e celulose, com a criação da Suzano Petroquímica. Em 2001, como consequência da aquisição do controle total da Bahia Sul, a atividade principal de papel e celulose foi estrategicamente fortalecida. A partir deste momento, a Companhia ampliou seu conjunto de ativos integrados produzindo uma ampla gama de produtos de papel e celulose para os mercados doméstico e internacional, e passou a ter significativas perspectivas de crescimento. Também abriu caminho para reduções de custo substanciais e outras sinergias com a consolidação das operações originais da Suzano com as da Bahia Sul realizada em junho de 2004, concluindo assim uma etapa importante de seu processo de reestruturação organizacional. Em março de 2005, ocorreu a aquisição da Ripasa S.A. Celulose e Papel, de forma compartilhada com a VCP, companhia do Grupo Votorantim. Durante o ano de 2006 foi finalizado o processo de reestruturação societária da Ripasa, com a total migração de seus acionistas para as bases acionárias de Suzano e VCP. Dessa forma, a Ripasa foi transformada em unidade de produção, sendo sua capacidade integralmente absorvida por Suzano Papel e Celulose e VCP.

6.3 Votorantim Celulose e Papel (VCP)

A origem da VCP remonta ao início da década de 50, quando o empresário e senador José Ermírio de Moraes – co-fundador do Grupo Votorantim ao lado do sogro Antônio Pereira Ignácio –, inicia uma plantação de 80 milhões de pés de eucalipto na região de Capão Bonito, interior do Estado de São Paulo, alimentando o desejo de atuar no setor de Celulose e Papel.

A partir de então, a Votorantim faz diversos investimentos no setor, mas apenas em 1988 o sonho de uma fábrica própria vira realidade: junto com o BNDES, a Votorantim adquire o projeto Celpav (Celulose e Papel Votorantim), da antiga Cia. Guataparã de Papel e Celulose, para implantação de uma fábrica integrada de papel e celulose em Luiz Antônio, cidade próxima a Ribeirão Preto (SP).

Em 1992, a aquisição da Papel Simão S.A. adiciona ao Grupo Votorantim uma capacidade de 220 mil toneladas por ano (ton/ano) de celulose e 250 mil ton/ano de papel em quatro unidades produtoras, além de uma distribuidora, a KSR.

Com sua capacidade crescente de produção, a Votorantim consolida, em 1995, a Celpav e as fábricas adquiridas do Grupo Simão em uma única holding – a VCP (Votorantim Celulose e Papel), que já nasce como a terceira maior empresa do setor no País. Hoje, segundo os rankings dos jornais Gazeta Mercantil, Valor Econômico e da revista Exame, é a maior empresa do setor de Celulose e Papel do Brasil.

A Votorantim Celulose e Papel, uma das líderes do setor de Celulose e Papel do Brasil, é hoje o terceiro maior empreendimento do Grupo Votorantim. Em 2001, a VCP adquiriu 28% do capital votante da Aracruz Celulose, ampliando de maneira significativa sua atuação no mercado de celulose. A transação representou um passo importante na consolidação da estratégia da companhia de fortalecimento de presença no cenário internacional, já que a Aracruz é a maior produtora mundial de celulose branqueada de eucalipto. O controle acionário da empresa é exercido pela VCP, pelo Grupo Lorentzen e pelo Banco Safra. No final de 2004, em conjunto com a Suzano Bahia Sul Papel e Celulose, a VCP adquire a Ripasa, fabricante de papel e celulose, por US\$ 709 milhões. São incorporadas quatro unidades fabris, todas em São Paulo. A capacidade de produção adicional – 525 mil t/ano de papel e 455 mil t/ano de celulose – passa a ser dividida igualmente entre a VCP e a Suzano, que continuam atuando separadamente. Ainda em 2004, a empresa amplia sua área de atuação e investe no Rio Grande do Sul, com a VCP Extremo Sul, que nasce a partir da compra de uma área de 63 mil hectares de terra, das quais 11 mil recebem imediatamente as primeiras mudas de eucalipto.

7. Resultados da Pesquisa

No quadro 3 abaixo estão listados os resultados da pesquisa conforme análise dos relatórios de sustentabilidade publicados pelas empresas nos seus respectivos sites.

Quadro 3: Resultados por empresa

Evidenciação	AC	SBSPC	VCP
Investimentos em meio ambiente comparativo	Sim, porém não comparativo	Sim, porém não comparativo	Sim
Multas, ocorrências ambientais e processos judiciais em curso relativos ao meio ambiente	Sim	Não	Sim
Eventos ambientais patrocinados pela empresa	Não	Não	Sim
Prêmios e certificações relativos ao meio ambiente recebidos	Sim	Sim	Sim

Prestação de contas das metas ambientais previstas no ano anterior	Sim	Não	Sim
Emissões, efluentes e resíduos comparativo	Sim	Sim	Sim
Integrante do DJSI	Sim	Não	Não
Consumo de água em comparativo	Sim	Sim	Sim
Consumo de energia comparativo	Sim	Sim	Sim
Nível de governança corporativa	Um	Um	Um

Fonte: Autores

7.1 Análise e Pontuação por Empresa

A análise foi elaborada com base nas informações obtidas nos relatórios de sustentabilidade de cada empresa. Para as informações encontradas foram atribuídos pontos conforme descrito no quadro 2.

Aracruz Celulose

A empresa perdeu pontos em dois itens apenas. No item um, embora apresente a informação a respeito dos investimentos em meio ambiente, esta não se apresenta comparativa com anos anteriores. Outro aspecto no qual a empresa perdeu pontos foi o fato de não apresentar informações sobre patrocínios ambientais. A pontuação da empresa é apresentada no quadro 4 a seguir.

Quadro 4: Aracruz Celulose

Informação Evidenciada	AC
Valor dos investimentos em meio ambiente	0,25
Multas recebidas e processos judiciais em curso relativos a aspectos ambientais	2
Eventos ambientais patrocinados pela empresa	0,0
Prêmios e certificações relativos ao meio ambiente	0,5
Prestação de contas das metas ambientais previstas no ano anterior	2
Emissões, efluentes e resíduos comparativo com anos anteriores	2
Integrante do índice Dow Jones de sustentabilidade (DJSI)	1
Consumo de água em comparação com o ano anterior	2
Consumo de energia comparativa com o ano anterior	2
Nível um de governança corporativa	0,25
Pontuação	12 pontos

Fonte: Autores

Suzano Bahia Sul Papel e Celulose

A SBSPC é a empresa com menor pontuação em função da evidenciação e transparência de informações. Os pontos onde não obteve pontuação foram a evidenciação de multas e processos judiciais, patrocínios e a prestação de contas das metas ambientais. Assim apenas nesses três aspectos foram perdidos 4,25 pontos. Foram também perdidos pontos (0,25) no item sobre investimentos que não se apresenta comparativo com anos anteriores, além de 1 ponto por não ser integrante da lista do DJSI da bolsa de Nova Iorque. Assim, foram perdidos 6,5 pontos, perfazendo um total de 7 pontos, o que proporciona o pior desempenho das três empresas analisadas, conforme o quadro 5.

Quadro 5: Suzano Bahia Sul Papel e Celulose

Informação Evidenciada	SBSPC
Valor dos investimentos em meio ambiente	0,25
Multas recebidas e processos judiciais em curso relativos a aspectos ambientais	0,0
Eventos ambientais patrocinados pela empresa	0,0
Prêmios e certificações relativos ao meio ambiente	0,5
Prestação de contas das metas ambientais previstas no ano anterior	0,0
Emissões, efluentes e resíduos comparativo com anos anteriores	2
Integrante do índice Dow Jones de sustentabilidade (DJSI)	0,0
Consumo de água em comparação com o ano anterior	2
Consumo de energia comparativa com o ano anterior	2
Nível um de governança corporativa	0,25
Pontuação	7 pontos

Fonte: Autores

Votorantim Celulose e Papel

A empresa perdeu apenas um ponto em função de não estar listada no indicador de sustentabilidade ambiental da bolsa de Nova Iorque. Nos demais pontos em relação a transparência e evidenciação de informação a empresa apresenta uma boa postura conforme pode ser conferido no quadro 6.

Quadro 6: Votorantim Celulose e Papel

Informação Evidenciada	VCP
Valor dos investimentos em meio ambiente	0,5
Multas recebidas e processos judiciais em curso relativos a aspectos ambientais	2
Eventos ambientais patrocinados pela empresa	0,25
Prêmios e certificações relativos ao meio ambiente	0,5
Prestação de contas das metas ambientais previstas no ano anterior	2
Emissões, efluentes e resíduos comparativos com anos anteriores	2
Integrante do índice Dow Jones de sustentabilidade (DJSI)	0,0

Consumo de água em comparação com o ano anterior	2
Consumo de energia comparativa com o ano anterior	2
Nível um de governança corporativa	0,25
Pontuação	11,5 pontos

Fonte: Autores

Considerações Finais

A pesquisa consistiu em analisar a luz das questões ambientais, o nível de evidenciação de informações prestadas por empresas que atuam em atividades consideradas danosas ao meio ambiente. Nesse sentido foram relacionadas às empresas do ramo de papel e celulose constantes do ISE. Após a identificação das empresas foi construído um conjunto de indicadores com o intuito de avaliar o nível de evidenciação e transparência dos relatórios de sustentabilidade emitidos pelas empresas. O conjunto de indicadores foi composto de dez questões inerentes direta ou indiretamente a aspectos ambientais. O objetivo foi avaliar se os relatórios de sustentabilidade apresentavam-se efetivamente como um instrumento de evidenciação da gestão ambiental das empresas.

Na análise dos quadros apresentados no item 7 acima podemos concluir que a empresa com maior grau de evidenciação é a Aracruz Celulose com uma pontuação total de 12 pontos, seguida da Votorantim Celulose e Papel, de acordo com o quadro 6, com uma pontuação de 11,5 pontos e finalmente a empresa com pior desempenho em relação a evidenciação e transparência das informações constantes no relatório de sustentabilidade é a Suzano Bahia Sul Papel e Celulose com uma pontuação de 7 pontos, conforme o quadro 5. Todavia, pode-se considerar que, a despeito da pontuação da Aracruz, a Votorantim apresenta uma melhor performance em relação a evidenciação e transparência das informações ambientais, não conseguindo a pontuação máxima em virtude de não estar listada no índice de sustentabilidade da bolsa de Nova Iorque. Tal alegação suporta-se no fato de ser uma decisão da própria empresa negociar ou não seus papéis na bolsa estrangeira. Por outro lado, estar presente na lista de sustentabilidade da bolsa de americana pode conferir a empresa maior credibilidade e confiança no nível de evidenciação do seu relatório dada a notoriedade do referido índice e o conhecido rigor quanto as exigências para que uma empresa seja listada. Por outro lado, em função de ter alcançado a menor pontuação, é possível concluir que das empresas listadas no ISE do ramo de papel e celulose, a empresa Suzano Bahia é a que apresenta o menor nível de evidenciação e transparência das informações relacionadas ao meio ambiente.

Finalmente é possível verificar que as empresas pesquisadas não devem ser identificadas com *greenwash* quanto ao conteúdo evidenciado em seus relatórios. Prova disso que das três empresas pelo menos duas reconheceram ter recebido multas e processos judiciais relativos aos aspectos ambientais.

Como sugestão de novas pesquisas, poder-se-ia adaptar e aplicar o conjunto de índices aqui abordados para verificação também dos aspectos sociais de cada empresa pesquisada, ou ainda, estender a pesquisa para todas as empresas listadas no ISE.

8 Referências Bibliográficas

BRAGION, Luiza. Reportagem “Nem tão responsáveis assim”. ComCiência Revista Brasileira de Jornalismo Científico. Nº 82 de 10/11/2006.



BRUNO, Kenny. *BP: Beyond Petroleum or Beyond Preposterous?* CorpWatch. December 14th, 2000.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Recomendações da CVM sobre Governança Corporativa**. Junho 2002. <http://www.cvm.gov.br/>

COLLIS, Jill e HUSSEY, Roger. *Pesquisa em Administração*. 2^a. Ed. Ed. Bookman, São Paulo, 2005.

GREER, J. and BRUNO, K., *Greenwash: The Reality Begin Corporate Environmentalism*, Third World Network, Penang, Malaysia, 1996.

HEALY, M. Paul & PALEPU, Krishna G. *A Review of the Empirical Disclosure Literature*. Paper prepared for the JAE Conference. 2000. <http://papers.ssrn.com/>

IBRACON. **Princípios Contábeis**. 2^a ed. São Paulo: Editora Atlas, 1992.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GOVERNANÇA CORPORATIVA (IBGC). *Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa*. 3^a ed. 2004. <http://www.ibgc.org.br>

IUDICIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 7^a ed. São Paulo: Editora Atlas, 2004.

KAPLAN, Robert e NORTON, David P. – *A Estratégia em Ação – Balance Scorecard*. Rio de Janeiro. Editora Campus. 2000.

LOBE, Jim. US: ExxonMobil Accused of Disinformation on Warming. Inter Press Service. January 3rd, 2007.

LODI, João Bosco. *Governança Corporativa – O Governo da Empresa e o Conselho de Administração*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2000.

MILES, M. P. and COVIN, J. G. *Environmental marketing: a source of reputational, competitive and financial advantage*. *Journal of Business Ethics*. Dordrecht, v..23, pp.299-311, Feb. 2000.

Revista VEJA. Edição 883, ano 40, nr. 25. 2006.

REAL, Gabriela. *A questão ambiental como fonte de vantagem competitiva na estratégia das empresas industriais*. Dissertação de Mestrado em Gestão e Estratégia Industrial. ISEG, UTL. Lisboa. Portugal. 1999.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. *Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração*. 3^a. Ed. Ed. Atlas, 2005. São Paulo.

SHARMA, S., PABLO, A. L., and VREDENBURG, H. *Corporate environmental responsiveness strategies: the importance of issue interpretation and organizational context*. In *The Journal of Applied Behavioral Science*. V.35, pp.87-108, Mar. 1999.

Site da BOVESPA (www.bovespa.com.br) acessado em 21/01/2007.

Site da CVM. (www.cvm.gov.br) acessado em 21/01/2007.

TOMS, S. *Eco-logical*. In *Financial Management*. London, FMAI. Jan. 2001.



IX ENGEMA - ENCONTRO NACIONAL SOBRE GESTÃO EMPRESARIAL E MEIO AMBIENTE

CURITIBA, 19 a 21 de novembro de 2007

<http://www.comciencia.br/noticias/2006/01/sustentabilidade.htm> - acessado em 10/0/2007

<http://www.bovespa.com.br/Mercado/RendaVariavel/Indices/FormConsultaQuestISE.asp?Indice=ISE> Acessado em 06/06/07