

**Evidenciação Ambiental: Uma Análise das Políticas e dos Investimentos Ambientais
Divulgados em *Websites* de Empresas Catarinenses**

ANASTÁCIA ROSA PORTELLA

Universidade Federal de Santa Catarina

MARIANA CAMPAGNONI

Universidade Federal de Santa Catarina

DENIZE DEMARCHE MINATTI FERREIRA

Universidade Federal de Santa Catarina

SULIANI ROVER

Universidade Federal de Santa Catarina

Resumo

O presente artigo se insere no contexto da evidenciação de informações de cunho ambiental por meio da *internet*. Sua facilidade na disponibilização e no acesso a informações em tempo real consolidou a importância de seu uso nas organizações. A adoção de sistemas de gestão ambiental e outras atividades de prevenção à poluição tem sido uma oportunidade para as empresas obterem vantagem competitiva. No entanto, a construção da imagem gerada pelo uso destes sistemas depende da capacidade de comunicar atitudes e desempenho para as partes interessadas. Nesse sentido, as páginas eletrônicas das empresas se tornam aliadas na divulgação destas informações. O objetivo da pesquisa é verificar se a evidenciação de políticas ambientais das empresas catarinenses resulta em investimentos ambientais declarados pelas mesmas em seus *websites*. A pesquisa caracteriza-se como descritiva, com abordagem qualitativa. Quanto aos dados, foi aplicada a técnica de análise de conteúdo. A amostra é formada por 47 das 50 maiores empresas do Estado de Santa Catarina segundo a Revista Amanhã. Observou-se que 18 empresas, as quais representam 38,30% da amostra, apresentaram alguma evidência de investimento e/ou políticas ambientais, sendo 08 de capital aberto e 10 de capital fechado. No entanto, companhias abertas tendem a apresentar nos *websites* tanto políticas como investimentos ambientais, enquanto as fechadas apresentavam tão somente as políticas ou os investimentos. Entre as ações relacionadas ao gerenciamento ambiental publicadas nos *websites*, observaram-se informações relacionadas à aderência à legislação aplicável e à promoção de melhoria ambiental contínua. Por sua vez, nenhuma empresa apresentou informações relativas à antecipação de questões ambientais potencialmente danosas ao meio ambiente. Ademais, verifica-se uma necessidade de: maior gama na divulgação das ações que justifiquem as políticas ambientais; e padronização na apresentação das informações publicadas, de forma a reduzir os riscos de assimetria de informação.

Palavras chave: Evidenciação ambiental, Políticas de meio ambiente, Investimentos ambientais, Santa Catarina.

1 INTRODUÇÃO

A contabilidade tem o objetivo de gerar informações úteis para a tomada de decisão de usuários internos e externos. Tais informações podem ter naturezas diferenciadas, sejam gerenciais, financeiras, monetárias ou físicas. Além disso, elas são divulgadas pelos mais variados meios, tais como demonstrativos contábeis ou mídia em geral.

Um dos meios de divulgação mais utilizados na era da tecnologia de informação e comunicação (TIC) é a *internet*. Sua facilidade na disponibilização e no acesso a informações em tempo real consolidou sua importância nas organizações e se tornou uma ferramenta-chave na divulgação de informações e na autopromoção.

Entre as informações nas quais os usuários internos e externos baseiam sua tomada de decisão, têm-se as informações de cunho social e ambiental. As organizações, como sistemas que agregam recursos humanos, materiais e tecnológicos, exercem papel preponderante na sociedade, que por sua vez acompanha seus trabalhos e verifica se há preocupações com a preservação do meio ambiente e com o bem-estar da comunidade onde atuam.

Nesse sentido, um dos grandes interesses é se estes sistemas, diante de seu papel, possuem políticas socioambientais, e se elas de fato são executadas na prática. O termo “maquiagem verde” trata de empresas que maquiavam informações divulgando políticas e práticas ambientais antigas ou inexistentes, cujo intuito único é se beneficiar de um “marketing verde” (LAYRARGUES, 2000; BRÜGGER; ABREU; CLIMACO, 2003; MARTINI JUNIOR; SILVA; MATTOS, 2012; MAHONEY *et. al.*, 2013; SILVA; PROCHNOW, 2013)

No entanto, observam-se empresas que têm movido esforços frente às necessidades das partes interessadas de modo a atender seus anseios quanto à responsabilidade socioambiental. Com isso, as organizações tendem a informar ao público trabalhos desta natureza como forma de deixá-los cientes de que elas possuem este tipo de preocupação. Segundo Rover *et al.* (2012) tem se tornado constante a busca por maior *disclosure*, *accountability* e boas práticas de governança corporativa por parte das empresas, no que se refere às informações de caráter ambiental.

De acordo com Lima e Viegas (2002, p. 47), a evidenciação de políticas ambientais é importante porque “[...] os efeitos políticos, financeiros e sociais provocados pelos fatos ecológicos nos resultados da empresa exigem a adoção de políticas ambientais mais eficazes”. Desta forma, a adoção e execução de políticas de cunho ambiental se tornaram uma ação necessária nas empresas conscientes de que o uso de recursos gera consequências e que seus usuários estão interessados em saber se elas têm este tipo de responsabilidade.

Dentro deste panorama, o problema de pesquisa pode então ser definido como: As empresas do estado de Santa Catarina têm evidenciado investimentos ambientais em seus *websites* que justifiquem suas políticas ambientais?

Diante do problema apresentado, o presente artigo tem como objetivo verificar se a evidenciação de políticas ambientais das empresas catarinenses resulta em investimentos ambientais declarados pelas mesmas em seus *websites*.

Este estudo se justifica pela importância de analisar *websites*, uma vez que se tratam de indispensáveis ferramentas de comunicação com os usuários externos. A literatura tem demonstrado que a adoção de sistemas de gestão ambiental e outras atividades de prevenção à poluição tem sido uma oportunidade para as empresas obterem vantagem competitiva, mas que cada vez mais depende da capacidade de se comunicar atitudes e desempenho às partes interessadas (NIELSEN, 2001; BOLÍVAR, 2009). Os *websites* vêm conquistando progressivo

espaço na sociedade e representam um importante auxílio na evidenciação de ações ambientais.

O presente artigo, além desta introdução, apresenta mais quatro seções. A seguir, tem-se o referencial teórico, com os principais conceitos adjacentes aos seguintes temas: evidenciação, políticas e investimentos ambientais; além de pesquisas anteriores que auxiliaram na compreensão da pesquisa. Os procedimentos metodológicos são apresentados na seção 3, a descrição e apresentação dos resultados na seção 4, e as considerações finais, na seção 5.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Evidenciação ambiental

A difusão do uso de tecnologias de informação e comunicação (TICs) tem demonstrado avanços relacionados ao modo como as organizações direcionam as informações aos seus usuários. De acordo com Calixto, Barbosa e Lima (2007), o aumento neste poder de disseminação e acesso a informações permite às empresas divulgarem por meio da *internet* informações acerca de seu histórico, missão, negócios, relações com colaboradores e sociedade, além de informações contábil-financeiras.

Segundo Iudícibus (2009), o termo *disclosure* (evidenciação) está atrelado aos objetivos da contabilidade, uma vez que se fornecem diferentes informações a variados usuários. Fernandes (2013, p. 252), em pesquisa que buscou verificar os fatores que influenciaram o *disclosure* ambiental das empresas brasileiras listadas na BM&FBovespa, ressalta que a divulgação de informações desta natureza “é um *trade-off* para a empresa de modo a evitar e/ou reduzir os custos políticos a que está sujeita”, uma vez que a preocupação com o meio ambiente é crescente mundialmente.

De fato, no que se refere ao custo de se divulgar ou não uma informação contábil-financeira, o próprio Pronunciamento Conceitual Básico – CPC 00 (R1), emitido pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC, 2011) compreende o custo de gerar informações como uma restrição nas organizações, de modo que devem existir benefícios que o justifiquem. Com isso, a relação custo *versus* benefício se torna uma constante a ser analisada pelas empresas ao decidir reportar determinadas informações, especialmente se forem de cunho voluntário, como geralmente é o caso das informações ambientais.

Nesta linha, pesquisadores apresentam teorias que possam explicar ou justificar a evidenciação voluntária de informações socioambientais. Patten (2002), Mussoi e Bellen (2010) e Rover *et al.* (2012) destacam as teorias da legitimidade, da política econômica, do *stakeholder*, teoria positiva da contabilidade, teoria da agência e teoria da divulgação. São exemplos de embasamentos teóricos com os quais estudiosos buscam entender a razão de se evidenciar informações de natureza social e ambiental.

No entanto, embora não haja um consenso acerca de quais razões levam as organizações a evidenciar voluntariamente informações socioambientais, pesquisas costumam concordar acerca da importância dada ao tema. Ou seja, tende-se a incentivar a prática deste tipo de evidenciação, uma vez que é interesse da sociedade como um todo saber se empresas que ela consome, admira, trabalha ou mantém relações de negócios apresentam este tipo de preocupação.

Desta forma, o cuidado com a imagem perante aos usuários internos e externos passa a ser uma das justificativas da evidenciação social e ambiental. Não há, contudo, pretensão de esgotar o tema, tendo em vista que há diferentes razões pelas quais se apresentam estas

informações, tais como a própria preocupação da empresa com a conservação ambiental, incorporando-a como uma de suas missões ou visões. Com isso, os custos da divulgação acabam por serem compensados, se considerados os seus benefícios.

2.2 Políticas e investimentos ambientais

A contabilidade, como ciência que estuda o patrimônio, possui papel crucial na preocupação com o meio ambiente e sociedade. Sistemas de informação contábil (SICs) podem apresentar indicadores de desempenho ambientais ou informações que podem auxiliar os usuários internos na tomada de decisões gerenciais. Além disso, a gestão ambiental e a transparência na divulgação de informações complementam o papel do contador na atuação do meio ambiente.

A contabilidade ambiental nasceu da necessidade de um ramo que estudasse as mudanças decorrentes da nova postura de preservação ambiental (SILVA, 2009). Desta forma, a Ciência Contábil passou a incluir em seus ramos de estudo os eventos ambientais e seus impactos sobre o patrimônio. Gestão ambiental, de acordo com Tinoco e Kraemer (2008, p. 114), é conceituada como o “o sistema que inclui a estrutura organizacional, planejamento, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental”.

Ou seja, a gestão ambiental envolve ações que visam minimizar os impactos ambientais negativos ocasionados pelas organizações e está diretamente relacionada às políticas ambientais. Antonius (1999) ressalta que o gerenciamento ambiental pode ser conceituado como a integração de sistemas e programas da organização, os quais permitem ações que exigem o envolvimento da organização como um todo. As ações elencadas pelo autor são apresentadas na Tabela 1.

Tabela 1 Ações relacionadas ao gerenciamento ambiental nas organizações

1	Controle e redução dos impactos do meio ambiente, devido às operações ou produtos;
2	Cumprimento de leis e normas ambientais;
3	Desenvolvimento e uso de tecnologias apropriadas para minimizar ou eliminar resíduos industriais;
4	Monitoramento e avaliação dos processos e parâmetros ambientais;
5	Eliminação ou redução dos riscos ao meio ambiente e ao homem;
6	Utilização de tecnologias limpas (<i>clean technologies</i>), visando minimizar os gastos de energia e materiais;
7	Melhoria do relacionamento entre a comunidade e o governo;
8	Antecipação de questões ambientais que possam causar problemas ao meio ambiente e, particularmente, à saúde humana.

Fonte: Adaptado de Antonius (1999).

Segundo Tinoco e Kraemer (2008), para que uma empresa realmente trabalhe com gestão ambiental, ela precisa inevitavelmente passar por uma reformulação em sua estruturação organizacional. A inserção de políticas ambientais integra esta reformulação, uma vez que a empresa tomará ações que garantam o efetivo cumprimento destas políticas.

Rover (2013), ao pesquisar os efeitos do *disclosure* socioambiental sobre o custo de capital próprio de companhias abertas brasileiras, ressalta que um fraco desempenho em responsabilidade social e ambiental pode ser danoso para a reputação da empresa. Nesse sentido, a adoção e a divulgação de políticas ambientais tornam-se estratégias eficientes para o fortalecimento da imagem institucional.

Ressalta-se, contudo, o uso de políticas ambientais por empresas no intuito de praticar um *marketing verde*, cuja prática não implementada no dia-a-dia acaba por se tornar uma

“maquiagem verde”, na qual se usa a promoção ambiental para divulgar informações que não correspondem à realidade. Tal situação pode ocasionar, além dos danos ambientais, situações desfavoráveis à postura das empresas perante seus usuários. Assim, a gestão ambiental da empresa deve ser efetivada por práticas e investimentos em meio ambiente, que justifiquem suas políticas ambientais. A partir de estratégias com foco em efetivos investimentos ambientais, a empresa pode reduzir custos do processo produtivo e incrementar a geração de receitas, além de fortalecer sua reputação perante aos *stakeholders*.

2.3 Estudos anteriores

A evidenciação de políticas e ações ambientais, bem como de relatórios a elas relacionados, tem sido objeto de pesquisas em escala mundial, especialmente no que se refere à divulgação de informações através do uso de tecnologias de informação e comunicação (TICs). Em âmbito nacional, pesquisas de Pinto e Ribeiro (2004) e Calixto, Barbosa e Lima (2007), analisaram o *disclosure* de informações sociais e/ou ambientais em demonstrativos contábeis e na *internet*.

Pinto e Ribeiro (2004) analisaram os conceitos e indicadores apresentados nos Balanços Sociais nas maiores indústrias catarinenses (em relação ao número de empregados) em 2000 e 2001, verificando Balanços difundidos em modelos e indicadores variados, o que pode dificultar a comparação entre empresas. Além disso, a ausência de informações relevantes aponta a necessidade de Balanços Sociais que atendam às necessidades dos usuários (PINTO; RIBEIRO, 2004).

Calixto, Barbosa e Lima (2007) identificaram as diferenças na divulgação voluntária de informações ambientais via *internet* e via relatórios contábeis de uma amostra de 60 companhias brasileiras potencialmente poluidoras. O estudo exploratório apontou diferenças significativas entre os dois meios de divulgação, com apresentação de um número maior de informações pela *internet*, além de divergências na divulgação entre os dois meios (CALIXTO; BARBOSA; LIMA, 2007).

Tal constatação salienta o uso da *internet* como uma ferramenta positiva para as empresas evidenciarem suas informações, uma vez que elas podem captar usuários que não estejam interessados em consultar os relatórios contábeis. Internacionalmente, investigações acerca da divulgação de informações ambientais em *websites* são apontadas em pesquisas de Esrock e Leichty (1998), Bolívar (2009), Cho e Roberts (2010), Hsieh (2012) e Suttipun e Stantonb (2012).

Esrock e Leichty (1998) verificaram como grandes corporações utilizavam a suas páginas eletrônicas para apresentar interesses relacionados à responsabilidade social e ambiental. Foram analisadas 100 das 500 maiores companhias segundo a *Fortune*, em que 52% apresentaram preocupações ambientais. Além disso, o número de divulgações sociais e ambientais estava positivamente associado ao tamanho da organização e a ferramentas de navegabilidade, mas não havia associação com o setor onde as empresas atuavam (ESROCK; LEICHTY, 1998).

Bolívar (2009) analisou as práticas de divulgações ambientais de indústrias espanholas com o objetivo de descobrir em que grau elas usavam a *internet* para comunicar relatórios ambientais como política de informação e transparência. O autor observou que as empresas usavam-na como ferramenta de comunicação para divulgar os relatórios, mas os resultados indicavam diferenças entre os meios de divulgação, além de falta de padronização nos relatórios ambientais das empresas (BOLÍVAR, 2009).

Os resultados de Bolívar (2008) corroboram os evidenciados por Calixto, Barbosa e Lima (2007) nas empresas brasileiras. Desta forma, observa-se a necessidade de padronização na divulgação de informações pelas empresas, de forma a reduzir riscos de assimetria de informação.

Com base na perspectiva de que empresas utilizam plataformas de *internet* e *websites* para projetar uma abordagem socialmente aceitável de gestão ambiental, e que essa atividade de divulgação é muitas vezes dissociada do seu real desempenho ambiental, Cho e Roberts (2009) analisaram os dados ambientais em *websites* de empresas americanas consideradas como de altos níveis tóxicos. Os autores observaram que os conteúdos de divulgação em *websites* corporativos foram maiores em empresas de pior desempenho ambiental (CHO; ROBERTS, 2010).

Hsieh (2012) analisou as políticas e práticas de gestão ambiental evidenciadas pelos *websites* dos 50 maiores hotéis do mundo, verificando que apenas 46% usavam suas páginas eletrônicas para apresentar este tipo de informação, abordando principalmente temas como gestão de energia, educação ambiental, conservação da água, gestão de resíduos e fornecimento de verde e de compra.

Suttipun e Stantonb (2012) analisaram as divulgações ambientais em *websites* de empresas listadas na Bolsa de Valores da Tailândia (*Stock Exchange of Thailand - SET*), verificando que 88% das empresas tailandesas da amostra forneceram informação ambiental em suas páginas eletrônicas, sendo constatada relação entre a quantidade de divulgações e o tipo de indústria.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Enquadramento metodológico

O presente estudo pode ser definido como uma pesquisa descritiva na área das ciências sociais aplicadas, a qual “[...] objetiva descrever as características da população ou um fenômeno, além de verificar se há relação entre as variáveis analisadas.” (MASCARENHAS, 2012, p.47). Quanto à análise dos dados, a pesquisa se classifica como análise de conteúdo.

Em relação à abordagem do problema, a pesquisa classifica-se como qualitativa, uma vez que busca analisar a divulgação e execução de políticas e dos investimentos ambientais pelas empresas (informação qualitativa).

3.2 Procedimentos de pesquisa

A execução da pesquisa divide-se em duas etapas principais: pesquisa organizada de artigos como forma de buscar contribuições empíricas sobre o tema; e os procedimentos para a coleta e análise dos dados, com base nos quais são obtidos os resultados da pesquisa. Cada um destes procedimentos é tratado separadamente na sequência.

3.2.1 Procedimentos para construção do referencial teórico

O processo utilizado para seleção de referências bibliográficas compreendeu a busca em três bases de dados: *Web of Science*, *ScienceDirect* e Portal de periódicos da CAPES. Nas duas primeiras bases, buscaram-se por artigos internacionais, e no portal da CAPES, por pesquisas nacionais.

Tabela 2 Procedimentos para coleta do referencial teórico

Bases de dados	Período de coleta dos artigos	Período compreendido pela base (anos)	Campos de busca [2]	Palavras-chave	Artigos coletados (N.º)
<i>Web of Science</i>	14/nov – 16/nov	1990-2014	Título; tópico [3]	<i>Environmental policies; internet</i>	81
<i>ScienceDirect</i>	07/nov – 10/nov	1990-2014	Título; resumo, palavras-chave [3]	<i>Environmental policies; internet</i>	46
CAPEs	20/nov – 23/nov	1994-2014 [1]	Título; resumo	Informações ambientais; <i>internet</i>	7

Notas: Todas as buscas ocorreram no ano de 2014. Nov: novembro. N.º: número.

[1] Últimos 21 (vinte e um) anos.

[2] Nas bases de dados internacionais, os campos de busca foram refinados para publicações de periódicos nas áreas administrativas, econômicas, contábeis, políticas e ambientais.

[3] Na base de dados *Web of Science*, o campo “tópico” abrange a busca por títulos dos artigos, resumos e palavras chave. Na base *ScienceDirect*, o campo “publicação” permite filtrar os artigos para as áreas mencionadas no item anterior.

Foram selecionados 134 artigos, sendo 81 da *Web of Science*, 46 da *ScienceDirect* e 7 do Portal da CAPEs, o que demonstra a importância de estudos envolvendo esta temática. Da mesma forma, observa-se a necessidade de aprofundamento em estudos relacionados à gestão e à divulgação de políticas e investimentos ambientais no Brasil.

A partir da amostra coletada, foram observados os títulos, resumos e métodos com vistas a selecionar os artigos relacionados à evidência ambiental em *websites*. Os artigos selecionados estão diretamente relacionados ao tema e formam a base do referencial teórico.

3.2.2 Procedimentos de coleta e análise dos dados

A amostra da pesquisa é formada pelas 50 maiores empresas de Santa Catarina, classificadas segundo a Revista Amanhã (2013). A revista elenca as 100 maiores empresas do Estado no exercício findo de 2012, sendo essas empresas de diferentes segmentos.

Uma vez definida a amostra, partiu-se para a busca e coleta de informações contidas em *websites* das empresas catarinenses. Por se tratar de uma pesquisa que se utiliza de informações divulgadas *online* e por não haver uma padronização das mesmas em termos de formatação e divulgação, foram definidas datas para o acesso aos *websites*, como pode ser verificado na Tabela 3.

Tabela 3 Acesso aos websites das Empresas de Santa Catarina

Data	Empresas no ranking
26/10/2014	1ª a 25ª
27/10/2014	26ª a 50ª

Das cinquenta páginas eletrônicas procuradas, três empresas não apresentavam *websites* no período de coleta e análise dos dados. Desse modo, a amostra final resultou nas 47 empresas que continham *websites*, sendo excluídas as 3 empresas cujos sítios eletrônicos não foram localizados nas respectivas datas. A Tabela 4 apresenta o número de empresas da amostra segmentado em seus setores de atuação.

Tabela 4 Número de empresas da amostra por setor

Setor	N.º	Setor	N.º	Setor	N.º
Alimentos e Bebidas	5	Têxtil e Confecções	4	Saúde	2
Energia	5	Comércio - Atacado e Varejo	5	Madeira e Florestamento	1
Máquinas e Equipamentos	3	Serviços Públicos	3	Plásticos e Borracha	1
Cooperativa de Produção	2	Construção e Imobiliário	1	Eletroeletrônicos	2
Material de Construção	4	Transporte e Logística	2	Papel e Celulose	1
Metalurgia	4	Couro e Calçados	1	Financeiro	1

TOTAL: 47 empresas

Fonte: Adaptado de Revista Amanhã (2013).

Observa-se que as maiores empresas de Santa Catarina estão presentes em diversos setores, com destaque aos alimentos e bebidas, energia e comércio (atacado e varejo). Ademais, a amostra é constituída por 14 empresas de capital aberto e 33 de capital fechado. Após a coleta de dados, o estudo partiu para a análise das informações levantadas, cujas inferências e considerações são apresentadas no capítulo seguinte.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Os objetos deste estudo são as políticas e os investimentos em preocupações ambientais. Após análise de conteúdo dos *websites*, observou-se que das 47 empresas analisadas, apenas 18 (38,29%) apresentaram algum dos objetos deste estudo (políticas ou investimentos ambientais). Destas, 8 possuem capital aberto e 10 capital fechado, como se pode observar na Tabela 5.

Tabela 5 Empresas que divulgaram políticas e investimentos ambientais segundo o capital

Divulgação	Capital		Subtotal
	Aberto	Fechado	
Somente políticas ambientais	3	4	7
Somente investimentos ambientais	-	6	6
Políticas ambientais e investimentos ambientais	5	-	5
TOTAL	8	10	18

Com o auxílio da Tabela 5, pode-se inferir que sete empresas apresentaram tão somente políticas ambientais em seus *websites*, enquanto seis empresas de capital fechado apresentaram investimentos sem a divulgação de políticas ambientais a eles relacionadas. Entre as empresas que divulgaram conjuntamente políticas e investimentos, destacam-se as empresas de capital aberto, das quais cinco tornaram públicas tanto políticas como investimentos ambientais.

Estas cinco empresas ocupam posições favoráveis entre as maiores do Estado de Santa Catarina, com destaque às duas primeiras colocadas, as quais pertencem ao setor de alimentos e bebidas. Destaca-se também o setor de energia, no qual duas empresas apresentaram ambos os objetos do estudo.

Conquanto as empresas de capital fechado sejam mais numerosas na apresentação de políticas ou investimentos ambientais (10 empresas), a apresentação das duas informações conjuntas é evidenciada apenas em 05 empresas de capital aberto. Contudo, é mister ressaltar que estas empresas têm a obrigação de apresentar informações a seus usuários, embora as de cunho ambiental geralmente sejam voluntárias.

Da mesma forma, as companhias de capital fechado não constituem esta obrigação de apresentar informações de forma pública. Porém, elas podem praticar estas ações como uma oportunidade de a empresa melhorar a sua imagem perante seus interessados.

Quanto às políticas anunciadas pelas empresas, ressalta-se que não há um padrão de divulgação nos *websites*, ocorrendo a sua divulgação de variadas formas. Para este estudo, as políticas consideradas foram analisadas quanto à apresentação de indícios de preocupação com o meio ambiente ou desenvolvimento sustentável. Dessa forma, foram elencadas as formas de divulgação observadas, cuja frequência é apresentada na Tabela 6.

Tabela 6 Nomenclaturas adotadas na divulgação de políticas ambientais pelas empresas

Formas de divulgação de políticas ligadas à preocupação ambiental	Empresas (N.º)	%
Políticas de Gestão	3	25,00%
Política de Meio Ambiente	2	16,67%
Políticas de Gestão Sustentável	1	8,33%
Política Ambiental	3	25,00%
Política de Qualidade e Sustentabilidade	1	8,33%
Política Corporativa	1	8,33%
Política de Qualidade e Meio Ambiente	1	8,33%
TOTAL	12	100,00%

Nota: As formas de divulgação evidenciadas nesta Tabela englobam o número de empresas que apresentaram somente políticas ambientais e as que apresentaram políticas e investimentos ambientais, conforme Tabela 4.

Com base na Tabela, observa-se que 12 empresas expuseram em seus *websites* sete tipos distintos de nomenclaturas relacionadas às políticas internas. No entanto, ressalta-se que foram selecionadas as políticas que fazem menção a preocupações com o meio ambiente ou desenvolvimento sustentável. Dentre estas, observou-se maior frequência nos termos “Políticas de Gestão” e “Política Ambiental”, seguida das “Políticas de Meio Ambiente”. Os ramos de atuação destas empresas foram distintos, desde empresas de transporte e logística a metalúrgicas.

Não se pode inferir que um único setor teve destaque, uma vez que diversos setores empregaram em seus *websites* políticas quanto à divulgação de preocupação voltadas ao meio ambiente. Tal fato corrobora os resultados observados em pesquisa de Esrock e Leichty (1998), na qual não há relação entre o número de divulgações sociais e ambientais nos *websites* e o setor onde as empresas atuam.

Outrossim, segundo Antonius (1999), o gerenciamento ambiental é composto por uma série de ações que tornam as políticas ambientais eficazes nas organizações. Dentre as 12 empresas que apresentaram apenas políticas ambientais ou políticas e investimentos ambientais, observou-se se havia indício de adoção das ações propostas pelo autor, conforme explanado no Capítulo 2.

Tabela 7 Divulgação de ações relacionadas ao gerenciamento ambiental por empresas catarinenses

Item	Descrição	Empresas												TOTAIS	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	Controle e redução dos impactos do meio ambiente, devido às operações ou produtos;	x	x	x											3
2	Cumprimento de leis e normas ambientais;	x	x	x	x		x	x		x	x	x	x	10	
3	Desenvolvimento e uso de tecnologias apropriadas para minimizar ou eliminar resíduos industriais;												x	1	
4	Monitoramento e avaliação dos processos e parâmetros ambientais;	x	x	x	x	x	x			x			x	8	
5	Eliminação ou redução dos riscos ao meio ambiente e ao homem;		x	x				x						3	
6	Utilização de tecnologias limpas (clean technologies), visando minimizar os gastos de energia e materiais;	x	x	x	x									4	
7	Melhoria do relacionamento entre a comunidade e o governo;		x				x	x	x	x				5	
8	Antecipação de questões ambientais que possam causar problemas ao meio ambiente e, particularmente, à saúde humana.													0	
TOTAIS		4	6	5	3	1	3	3	1	3	1	1	3	34	

Fonte: Adaptado de Antonius (1999).

De acordo com a Tabela 7, verifica-se que adequação a normas e leis ambientais é amplamente divulgada pelas empresas da amostra. Das 12 empresas que apresentaram políticas voltadas ao meio ambiente conforme a Tabela 6, dez se comprometeram com a aderência à legislação aplicável, seguidas da promoção de melhoria ambiental contínua, onde oito empresas adicionaram em suas políticas monitoramento e avaliação dos processos.

Dentre as empresas que declararam sua responsabilidade na eliminação e redução de riscos, também foram consideradas aquelas que não apenas eliminaram ou reduziram, mas as que declararam avaliar e controlar riscos inerentes aos processos. Por seu turno, as empresas que mais se enquadraram quanto às ações ao gerenciamento são as empresas 1 e 2, sendo elas as duas maiores empresas do Estado de Santa Catarina. Ambas negociam suas ações em mercado financeiro, ou seja, são de capital aberto, enquadrando-se no setor de alimentos e bebidas.

Por fim, nenhuma empresa apresentou em suas políticas alguma antecipação de questões ambientais que possam causar problemas ao meio ambiente, com exceção a casos onde se citavam programas filantrópicos voltados ao tratamento de resíduos ou reciclagem. Tal fato pode demonstrar uma tendência em as empresas divulgarem ações positivas, em detrimento das negativas, em consonância com pesquisa de Cho e Roberts (2010).

Vale salientar que mesmo as empresas que apresentam o maior número de ações que, de acordo com Antonius (1999), descrevem uma boa gestão ambiental, não as apresentam em sua totalidade. Ou seja, elas ainda carecem adotar e/ou informar práticas relevantes para o meio ambiente (item 3), tais como o desenvolvimento de tecnologias que eliminem ou reduzam resíduos (tratamento de desperdícios), ou o prognóstico de questões ambientais que podem vir a ser danosas (item 8). Ademais, o fato de elas adotarem ações de cunho ambiental sem divulgá-las implica no pouco conhecimento de seus usuários acerca desta preocupação.

No que se refere ao investimento ambiental, analisaram-se nos *websites* declarações nas quais se identificasse, de forma concisa e clara, o montante de aplicações com tal preocupação. Assim, o usuário externo deveria ter compreensão acerca do emprego do

montante destinado a investimentos relacionados com o meio ambiente, de acordo com as informações publicadas.

Após a análise dos *websites*, verificou-se que as 11 empresas que divulgaram investimentos ambientais (somente investimentos ambientais ou políticas e investimentos ambientais - vide Tabela 5), tornaram-nos públicos por meio do Relatório de Sustentabilidade. Das 47 páginas eletrônicas analisadas, 14 divulgaram Relatório de Sustentabilidade, das quais tão somente 11 apresentaram entre os Relatórios de 2012 e 2013 investimentos ambientais.

Tabela 8 Número de empresas que apresentaram relatório de sustentabilidade

Empresas (N.º)	Capital Aberto		Capital Fechado	
	2012	2013	2012	2013
Com indício de investimento ambiental	1	6	2	2
Sem indício de investimento ambiental	-	1	1	1
Sub Total	8		6	
TOTAL	14			

Pode-se perceber que mesmo uma pequena parte da amostra negociando suas ações em capital aberto, as empresas abertas destacaram-se apresentando maior volume de Relatórios de Sustentabilidade. Das 14 empresas de capital aberto, 8 apresentaram entre 2012 e 2013 publicações nos *websites* sobre o Relatório. Já as empresas de capital fechado, das 33 empresas da amostra, apenas 6 empresas apresentaram o Relatório de Sustentabilidade em seus sítios eletrônicos neste período.

Contudo, cumpre ressaltar que as companhias abertas tendem a apresentar tais Relatórios como meio de divulgação aos usuários, enquanto empresas fechadas não possuem este preceito. Por sua vez, elas podem reportar informações como forma de divulgar suas preocupações ambientais ao público externo, melhorando assim a sua imagem.

Ademais, verifica-se que o número de divulgações ainda está aquém do que se espera de empresas consideradas como as maiores e melhores de Santa Catarina. Das companhias abertas, 6 não disponibilizavam Relatórios de Sustentabilidade nos *websites*, proporção de 42,86% das empresas abertas catarinenses. Das fechadas, apenas 18,18% disponibilizaram os relatórios ao público.

Os resultados encontrados corroboram pesquisa de Suttipun e Stantonb (2012), observando-se que as empresas tendem a fornecer informações ambientais em seus *websites*, mas ainda há necessidade de incentivo para que tais publicações sejam apresentadas de forma mais completa e por maior número de empresas. Da mesma forma, os resultados concordam com estudos de Calixto, Barbosa e Lima (2007) e Bolívar (2009) quanto ao indício de necessidade de padronização na evidenciação de informações.

Quanto à divulgação de políticas de gestão ambiental em *websites*, os resultados corroboram parcialmente os evidenciados por Hsieh (2012), o qual verificou que os 50 maiores hotéis do mundo apresentam políticas relacionadas principalmente à educação ambiental e à conservação e gestão de resíduos. Nesta pesquisa, as empresas analisadas conforme a Tabela 7 apresentaram com mais frequência informações relacionadas ao cumprimento de leis e a processos ambientais.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo foi norteado pelo objetivo de verificar se a evidenciação de políticas ambientais das empresas catarinenses resulta em investimentos ambientais declarados pelas mesmas em seus *websites*.

Observa-se que, da amostra analisada, 29 empresas catarinenses não apresentaram em seus *websites* nem políticas ambientais, nem investimentos relacionados a tais políticas. Ou seja, mais de 60% das empresas da amostra não evidenciou nenhum dos objetos de investigação desta pesquisa. Assim, não se pode constatar se há políticas ambientais e investimentos que as justifiquem em mais da metade das empresas da pesquisa. Das 18 empresas que apresentaram (38,30%), 8 negociam suas ações na bolsa de valores e 10 possuem capital fechado.

Mesmo que um significativo número de empresas catarinenses disponha de um instrumento de *disclosure* ambiental, tal como o Relatório de Sustentabilidade, ainda são reduzidas as empresas que divulgam investimentos ambientais. Ainda que algumas empresas os divulgassem, não constaram declarações em unidades monetárias, informação útil para os *stakeholders* no que concerne à tomada de decisão.

Quanto às políticas ambientais, pode-se perceber uma preocupação das empresas catarinenses em inseri-las em seus *websites*. Essa inserção se deve principalmente à pressão exercida pelos usuários externos, que tem procurado a conscientização ambiental das empresas. No entanto, é importante destacar que esse estudo, por se tratar de análise de divulgação em mídia *online*, não tenta medir se as empresas que aplicam tais investimentos em relação direta com políticas declaradas. O escopo da pesquisa foi verificar se empresas que divulgam aplicações em preocupação ambiental tem declarado simultaneamente políticas que as justificariam.

Assim, as empresas do Estado de Santa Catarina, mesmo que de forma diversificada quanto aos setores, vêm divulgando políticas voltadas à preocupação ambiental e investimentos na área. No entanto, este número ainda é limitado e pouco significativo, e ressalta-se a necessidade de divulgação e padronização de uma gama maior de informações nos *websites*.

Como limitações desta pesquisa, podem-se colocar a falta de padronização dos sítios eletrônicos, a qual dificulta a coleta e análise de dados. Além disso, a não divulgação dessas informações não significa que as empresas não possuem tais políticas ou investimentos internamente. Ademais, este estudo também se restringe à metodologia utilizada para a coleta de dados e construção do referencial teórico, e às observações dos autores.

Para estudos futuros, recomenda-se estender a pesquisa aos demais estados brasileiros, como forma de analisar a tendência de divulgações acerca das políticas e investimentos ambientais de forma regionalizada. Adicionalmente, sugerem-se estudos acerca da adoção de políticas e práticas ambientais sugeridas pela norma ISO 14.001.

REFERÊNCIAS

Amanhã: **Gestão, Economia e Negócios**. n. 298, set. 2013. Bimestral.

Antonius, P. A. J. (1999). A exploração dos recursos naturais face à sustentabilidade e gestão ambiental: uma reflexão teórico-conceitual. [Paper n.º 123]. *Núcleo de Altos Estudos Amazônicos (NAEA)*, Belém, PA.

- Bolívar, M. P. R. (2009). Evaluating Corporate Environmental Reporting on the Internet: The Utility and Resource Industries in Spain. *Business & Society*, 48 (2), 179-205.
- Brügger, P., Abreu, E., Climaco, J.V. (2003). Maquiagem verde: a estratégia das transnacionais *versus* a sustentabilidade real. In: Guimarães, L. B.; Brugger, P.; Souza, S. C.; Arruda, V. L. Tecendo subjetividades em educação e meio ambiente. NUP/CED/UFSC, Florianópolis, SC.
- Calixto, L., Barbosa, R. R., Lima, M. B. (2007). Disseminação de informações ambientais voluntárias: relatórios contábeis *versus* internet. *Revista Contabilidade e Finanças*, edição 30 anos de doutorado, 84-95.
- Cho, C. H., Roberts, R. W. (2010). Environmental reporting on the internet by America's Toxic 100: Legitimacy and self-presentation. *International Journal of Accounting Information Systems*, 11(1), 1-16.
- CPC – Comitê de Pronunciamentos Contábeis. (2011). *CPC 00 (R1) - Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro*. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos/Pronunciamento?Id=80>>. Acesso em: 02 nov. 2014.
- Esrock, S. L.; Leichty, G. B. (1998). Social Responsibility and Corporate Web Pages: Self Presentation or Agenda-Setting? *Public Relations Review*, 24(3), 305-319.
- Fernandes, S. M. (2013). Fatores que influenciam o *disclosure* ambiental: um estudo nas empresas brasileiras no período de 2006 a 2010. *Revista Ambiente Contábil*, 5(2), 250-267.
- Hsieh, Y. J. (2012). Hotel companies' environmental policies and practices: a content analysis of their web pages. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(1), 97-121.
- Iudícibus, S. (2009). *Teoria da Contabilidade* (9a ed.) São Paulo: Atlas.
- Layrargues, P. (2000). A empresa "verde" no Brasil: mudança ou apropriação ideológica? *Ciência Hoje*, 27(158), 56-59.
- Lima, D. V.; Viegas, W. (2002). Tratamento contábil e evidenciação das externalidades ecológicas. *Revista Contabilidade & Finanças*, 13(30), 46-53.
- Mahoney, L. S.; Thorne, L.; Cecil, L.; Lagore, W. (2013). A research note on standalone corporate social responsibility reports: Signaling or greenwashing? *Critical Perspectives on Accounting*, 24(4-5), 350-359.
- Martini Junior, L.C.; Silva, E. R.; Mattos, U. A. O. (2012, outubro). Análise da maquiagem verde (*greenwashing*) na transparência empresarial. *Anais do Encontro Nacional de Engenharia de Produção*, Bento Gonçalves, RS, Brasil, 32.

Mascarenhas, S. A. (2012). *Metodologia Científica*. São Paulo: Pearson.

Mussoi, A.; Bellen, H. M. V. (2010). Evidenciação ambiental: uma comparação do nível de evidenciação entre os relatórios de empresas brasileiras. *Revista de Contabilidade e Organizações*, 4(9), 55-78.

Nielsen, B. B. Manuals for Environmental Dialogue. (2001). *Corporate Environmental Strategy*, 8(3), 217-222.

Patten, D. M. (2002). The relation between environmental performance and environmental disclosure: a research note. *Accounting, Organization and Society*, 27(8), 763-773.

Rover, S.; Tomazzia, E. C.; Murcia, F. D.; Borba, J. A. (2012). Explicações para a divulgação voluntária ambiental no Brasil utilizando a análise de regressão em painel. *Revista de Administração da Universidade de São Paulo*, 47(2), 217-230.

Rover, S. (2013). *Disclosure socioambiental e o custo de capital próprio de companhias abertas no Brasil*. Tese (Doutorado em Contabilidade) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Departamento de Contabilidade e Atuária, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.

Silva, B. G. (2009). *Contabilidade ambiental: sob a ótica da contabilidade financeira*. Curitiba: Juruá.

Silva, G. C.; Prochnow, W. E. (2013). Marketing ambiental *versus* marketing verde: uma análise crítica da linha tênue para o efeito *greenwashing*. *Caderno Meio Ambiente e Sustentabilidade*, 2(2), 57-71.

Suttipun, M.; Stantonb, P. (2012). A study of Environmental Disclosures by Thai listed Companies on Websites. *Procedia Economics and Finance*, 2, 9-15.

Tinoco, J. E. P.; Kraemer, M. E. P. (2008). *Contabilidade e gestão ambiental*. São Paulo: Atlas.