

FACULDADES DOCTUM DE CARATINGA

ALEX AGUIAR DE OLIVEIRA SILVA

CÁSSIO MEDINA DE SOUZA

**A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE SOCIOAMBIENTAL COMO
ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL**

CARATINGA - MG

2019

FACULDADES DOCTUM DE CARATINGA

ALEX AGUIAR DE OLIVEIRA SILVA

CÁSSIO MEDINA DE SOUZA

**A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE SOCIOAMBIENTAL COMO
ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à banca examinadora do curso de Ciências Contábeis das Faculdades Doctum de Caratinga, como exigência parcial para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, sob a orientação do Professor José Francisco Peixoto.

CARATINGA - MG

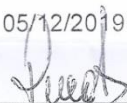
2019

TERMO DE APROVAÇÃO

O Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: A IMPORTÂNCIA DA CONTABILIDADE SOCIOAMBIENTAL COMO ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL, elaborado pelo(s) aluno(s) ALEX AGUIAR DE OLIVEIRA SILVA e CÁSSIO MEDINA DE SOUZA foi aprovado por todos os membros da Banca Examinadora e aceito pelo curso de CIÊNCIAS CONTÁBEIS das FACULDADES DOCTUM DE CARATINGA, como requisito parcial da obtenção do título de

BACHAREL EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS.

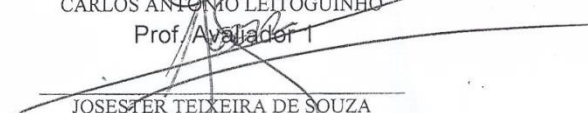
Caratinga 05/12/2019



JOSÉ FRANCISCO PEIXOTO
Prof. Orientador



CARLOS ANTONIO LEITOGUINHO
Prof. Avaliador 1



JOSESTER TEIXEIRA DE SOUZA
Prof. Examinador 2

Dedico este trabalho primeiramente a Deus por ter me concedido o dom da vida e as oportunidades que me proporcionou. Aos meus pais Ozorio Aguiar da Silva e Maria Aparecida de Oliveira Silva. Dedico também a minha namorada, as minhas irmãs, a toda minha família e todos meus amigos que não mediram esforços para que eu chegasse até aqui.

Alex Aguiar de Oliveira Silva

Dedico este trabalho em memória do meu pai Celio de Souza e meu avô Joaquim Vieira Medina por tudo que me ensinaram. Dedico também a minha mãe Marilza Gonçalves Medina de Souza, a meu irmão Guilherme Medina de Souza, a toda minha família e minha namorada que com toda paciência estiveram de prontidão para me apoiar em toda trajetória.

Cássio Medina de Souza

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus por essa grande conquista, e por ter nos ensinado que nada é impossível. Aos nossos familiares e amigos que sempre torceram por nós e contribuíram de todas as formas possíveis para a conclusão desse trabalho.

Aos professores José Francisco Peixoto e Vagner Bravos pelo apoio, incentivo e orientação na realização desse trabalho.

Alex Aguiar e Cássio Medina.

RESUMO

As discussões acerca da sustentabilidade têm crescido de forma expressiva nos últimos anos, e com isso se tornou alvo de diversos debates. A conscientização da sociedade, trazendo um olhar mais atento à conduta das empresas, proporcionou a chegada de novos valores, mudando seu padrão de consumo e exigindo das organizações uma responsabilidade maior por seus atos e transparência na publicação de balanços sociais. No entanto, esses debates também trouxeram que, além disso, as questões sustentáveis podem ser uma estratégia para a organização, uma forma de investimento no qual a empresa pode equilibrar sua eficiência econômica com a responsabilidade de trabalhar em prol da sociedade onde está inserida. Baseado nisso, surge a Gestão da Contabilidade Socioambiental, que determina que as atividades da empresa que envolvam recursos naturais, sejam feitas de forma pensante, baseando-se na sustentabilidade: viável economicamente para organização, justo socialmente para com seus colaboradores e conscientemente ambiental em suas ações. Sendo assim, este estudo visa analisar a importância da Contabilidade Socioambiental, utilizando a evidência do Balanço Social e ações de Responsabilidade Social como estratégia de desenvolvimento de negócios, no intuito de atrair investidores, melhorar a imagem e ampliar os negócios da organização. Agir de forma socialmente responsável é um diferencial que ajuda a organização a se destacar no competitivo mercado atual, e por consequência disso, vêm se tornando um pré-requisito, e quanto mais breve as organizações notarem isso, mais chances de sobrevivência no mercado terão.

Palavras-chave: Responsabilidade Social. Estratégia. Sustentabilidade.

ABSTRACT

Discussions about sustainability have grown significantly in recent years, and as such have become the subject of various debates. The awareness of society, bringing a closer look at the conduct of companies, allowed the arrival of new values, changing their consumption pattern and demanding from organizations a greater responsibility for their actions and transparency in the publication of social statements. However, these debates also brought that, in addition, sustainable issues can be a strategy for the organization, a form of investment in which the company can balance its economic efficiency with the responsibility of working for the society in which it operates. Based on this, Socio-Environmental Accounting Management emerges, which determines that the company's activities involving natural resources are done in a thoughtful manner, based on sustainability: economically viable for the organization, socially fair to its employees and environmentally conscious in its actions. Thus, this study aims to analyze the importance of Social and Environmental Accounting, using the disclosure of the Social Balance and Social Responsibility actions as a business development strategy, in order to attract investors, improve the image and expand the business of the organization. Acting in a socially responsible way is a differentiator that helps an organization stand out in today's competitive marketplace, and as a result, it is becoming a prerequisite and the sooner organizations notice this, the more likely they are to survive in the marketplace.

Keywords: Social Responsibility. Strategy. Sustainability.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 Principais normas da família ISO 14000	21
Quadro 2 Principais normas de rotulação ambiental.....	23
Quadro 3 Principais normas voltadas para o social e o ambiental	25

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- AALO** – Avaliação Ambiental de Local e Organização
- ABNT** – Associação Brasileira de Normas Técnicas
- ACV** – Análise de Ciclo de Vida
- BM&F BOVESPA** – Bolsa de Mercadorias e Futuros Bovespa
- CFC** – Conselho Federal de Contabilidade
- CONAMA** – Conselho Nacional do Ambiente
- EIA** – Estudo de Impacto Ambiental
- IBASE** – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
- IBRACON** – Instituto dos Autores Independentes do Brasil
- INMETRO** – Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia
- ISE** – Índice de Sustentabilidade Empresarial
- ISO** – International Standardization Organization
- NBC** - Norma Brasileira de Contabilidade
- NBR** – Norma Brasileira
- PB** – Payback
- PFC** – Princípios Fundamentais de Contabilidade
- PRAD** – Plano de Recuperação de Áreas Degradadas
- RIMA** – Relatório de Impacto Ambiental
- SGA** – Sistema de Gestão Ambiental
- SISNAMA** – Sistema Nacional do Meio Ambiente
- TIR** – Taxa Interna de Retorno
- TMA** – Taxa Mínima de Atratividade
- VPL** – Valor Presente Líquido

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 O que é a Contabilidade Ambiental.....	15
2.1.1 Como fazer a Contabilidade Ambiental.....	16
2.1.1.1 O registro das atividades.....	17
2.1.1.2 Definição de custos, passivos e ativos ambientais.....	17
2.1.1.3 ISO 14000	20
2.1.2 Normas Contábeis voltadas para o Social e o Ambiental	24
2.2 O que é o Balanço Social de uma empresa	26
2.2.1 Balanço Social: seus principais indicadores	29
2.2.2 Stakeholders e a influência das informações do Balanço Social.....	30
2.3 Contabilidade Socioambiental como estratégia de desenvolvimento empresarial.....	32
2.3.1 O controle financeiro das iniciativas de recuperação de áreas degradadas.....	32
2.3.2 Orçamento de investimentos em tecnologias que ajudem o Controle Ambiental	35
2.3.3 Transformando os instrumentos de Contabilidade Socioambiental em Marketing de fortalecimento da marca	37
3 METODOLOGIA.....	41
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	45

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, com a facilidade que a tecnologia nos propõe, o consumidor vem se apropriando de mais e mais acesso a informação, e com isso, consegue analisar e julgar a postura e as ações tomadas por uma organização frente a determinada questão. Particularmente, as questões ambientais e sociais onde são determinados os possíveis impactos à sociedade e ao ambiente decorrente de suas atividades. Dentro desse contexto, até onde ou de que forma a sociedade tem responsabilidade nessa questão?

Diante dessa nova exigência, manifestou-se o conceito de Sustentabilidade Empresarial, abordando a Gestão Ambiental dentro das empresas com intuito de criar uma cultura de responsabilidade socioambiental nas instituições como nova forma de atuação. Refere-se a utilização consciente dos recursos naturais necessitados, permitindo assim uma boa qualidade de vida, sem comprometer a utilização dos mesmos no futuro (TINOCO, 2010). Essas imposições não fogem a nenhum tipo de organização e através dessas ações todas as Instituições, de uma forma ou de outra, têm noção de sua responsabilidade pelos impactos de suas ações, seja social ou ambiental.

Perante a isso, as instituições integram em seus negócios cada vez mais, os princípios da sustentabilidade, por meio de atividades de gestão e soluções financeiras que transformam, tencionando a gerar resultados que retratem ganhos positivos, tanto para a entidade quanto para a sociedade onde está inserida, na medida que apenas as riquezas materiais já não são mais satisfatórias por seus danos causados a qualidade de vida da sociedade.

Anteriormente, os empreendedores se preocupavam unicamente com o valor que um investimento geraria, ou seja, o foco era apenas no retorno financeiro que teria com o investimento. Porém, com o tempo, os investidores aprenderam a se preocupar também com a postura que a empresa demonstra frente as questões sociais, preocupados em saber se a entidade é socialmente responsável pelos seus atos, se trabalham de forma sustentável e se são rentáveis para aplicar seus recursos. Considerando que essas empresas têm tendência a gerar mais valor para o acionista no longo prazo, por serem mais suscetíveis para enfrentar riscos, sejam eles sociais, ambientais ou econômicos. (MACHADO, 2007, p.12)

Assim, o estudo trata sobre a importância da Responsabilidade Social como forma de desenvolvimento no mercado, por meio de uma política contábil de sustentabilidade.

Conforme a sociedade vai evoluindo, a escassez de recursos naturais cresce e o planeta há muito nos dá sinais de que já não aguenta mais esse padrão de consumo. É dessa forma que a cultura da Sustentabilidade nas empresas vem ganhando força, tendo em vista que para uma melhor qualidade de vida para as futuras gerações, deve haver uma reflexão sobre como utilizamos os recursos fornecidos pela Natureza, em busca de uma forma de preservação dos recursos naturais.

Inevitavelmente, as empresas terão que se adaptar a uma nova forma de lidar com esses problemas, e esse pensamento passa a impor que as organizações revejam seus conceitos, orientando-se para uma Gestão Ambiental, que estabeleça uma política de sustentabilidade empresarial, definindo um conjunto de ações que expõem a preocupação da mesma às condições ambientais da sociedade onde está presente.

Dentro dessa visão, a própria Bolsa de Valores BM&F Bovespa criou um Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), com o intuito de induzir as instituições a adotarem melhores práticas de sustentabilidade empresarial e apoiar investidores na tomada de decisão em relação a investimentos socialmente responsáveis.

Dessa forma, na busca das melhores ações apoiadas na Responsabilidade Socioambiental, e com a visão de que os investidores realmente estão dando atenção as informações sobre o compromisso das organizações em relação a sustentabilidade, levaram a interrogante científica desta monografia: qual a importância da Contabilidade Socioambiental e a implementação da Gestão Ambiental dentro das instituições empresariais?

O presente estudo tem como objetivo identificar a importância da Contabilidade Socioambiental e a implementação da Gestão Ambiental por meio de autores renomados que tratam sobre o tema, com propósito de atrair mais investidores, melhorar sua imagem e expandir seus negócios com base em ações socialmente responsáveis.

Os objetivos específicos do estudo esperam:

a) apresentar os conceitos fundamentais relacionados a Gestão da Contabilidade Ambiental nas organizações empresariais;

b) demonstrar, com base em obras disponíveis, o quão vantajoso é o comprometimento das empresas frente a cultura da sustentabilidade;

c) identificar e elencar os elementos importantes a respeito de Responsabilidade Social;

Assim sendo este trabalho será constituído por 3 capítulos, e os mesmos tratarão dos seguintes temas como seguem:

O primeiro capítulo aborda sobre o que é a Contabilidade Ambiental, seus conceitos, e como são feitos seus registros. Trata também a respeito dos custos, ativos e passivos relacionados a Gestão Ambiental. Algumas normas contábeis voltadas a questão ambiental, e o conjunto de diretrizes que abrange Gestão Ambiental, conhecida como ISO 14000, e como ele atua frente as questões ambientais.

O segundo capítulo define o que é um Balanço Social de uma empresa, tratando dos seus conceitos, a importância que o mesmo tem para as entidades, seus principais indicadores sociais e econômicos, e a influência de suas informações para os stakeholders.

No terceiro capítulo, intitulado: Contabilidade Socioambiental como estratégia de desenvolvimento empresarial, é relatado como controlar financeiramente os gastos relacionados as atividades ambientais, os orçamentos dos investimentos e como transformar esses gastos e investimentos em marketing empresarial buscando o fortalecimento da marca.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O que é a Contabilidade Ambiental

A natureza sempre foi fonte de recursos para que o ser humano conseguisse sobreviver e desenvolver-se em sociedade, e conforme a população foi crescendo, mais recursos precisavam ser retirados da natureza. Com isso, houve a necessidade de algo para mensurar e controlar essa remoção de recursos

A Contabilidade Ambiental, de acordo com Carvalho (2012, p. 111) é a parte da ciência responsável pelo registro e evidenciação dos fatos que causam alterações nos elementos patrimoniais da organização em relação ao meio ambiente, sendo uma vertente da contabilidade tradicional. Como é o caso da contabilidade comercial e industrial, a contabilidade ambiental direciona-se para um setor específico, as questões ligadas a área ambiental.

Ribeiro (2010, p. 45) define como objetivo da Contabilidade Ambiental:

Identificar, mensurar e esclarecer os eventos e transações econômico-financeiros que estejam relacionados com a proteção, preservação e recuperação ambiental, ocorridos em um determinado período, visando a evidenciação da situação patrimonial de uma entidade.

A Contabilidade Ambiental, com o passar do tempo, está sendo cada vez mais requisitada pelas organizações, pois um erro de cálculo pode ser um causador de um enorme impacto ao meio ambiente, podendo custar muito caro tanto para a empresa quanto para a sociedade. Diante disso, interpretar informações ambientais é de suma importância, visto que tem como objetivo de ajudar as empresas nas tomadas de decisões.

No Brasil, o CONAMA (Conselho Nacional do Meio Ambiente), definiu o que é impacto ambiental, através do artigo 1º da Resolução nº 1, de 23/01/1986:

Considera-se impacto ambiental qualquer alteração das propriedades físicas, químicas e biológicas do meio ambiente, causada por qualquer forma de matéria ou energia resultante das atividades humanas, que direta ou indiretamente, afetam-se a saúde, a segurança e o bem-estar da população; as atividades sociais e econômicas; a biota; as condições estéticas e sanitárias do meio ambiente e a qualidade dos recursos ambientais.

Diante disso as empresas buscaram alternativas a fim de reduzir o impacto e a degradação ambiental, trazendo formas de se adequar a um novo padrão de

gestão, tratando, especificamente, a forma que a mesma trabalha suas responsabilidades e ações para como o meio ambiente.

2.1.1. Como fazer a Contabilidade Ambiental?

Para cada investimento ambiental que as organizações fazem, é indispensável analisar a situação econômico-financeira da entidade. E nesse momento, o gestor ambiental se mostra bastante valoroso, mantendo o controle das ações ambientais da entidade, para que não sejam surpreendidas com gastos que não estejam nos planos, podendo acarretar em dívidas que comprometam o desempenho da organização. Segundo Tinoco e Kraemer (2011, p. 46), a contabilização dos eventos ambientais deve ser feita conforme os Princípios Fundamentais de Contabilidade (PFC). Segundo a Resolução CFC nº 750, são eles:

- I – o da ENTIDADE;
- II – o da CONTINUIDADE;
- III – o da OPORTUNIDADE;
- IV – o do REGISTRO PELO VALOR ORIGINAL;
- V – o da ATUALIZAÇÃO MONETÁRIA;
- VI – o da COMPETÊNCIA; e
- VII – o da PRUDÊNCIA.

A gestão ambiental é a mobilização, interna e externa, da empresa para se adequar ao nível de qualidade ambiental almejado. Constitui-se de medidas que objetivam controlar o impacto ambiental causado pelas ações de uma empresa. Ribeiro (1998) embasa-se, sobretudo em quatro atividades principais: recuperação dos danos já causados ao meio ambiente, prevenção das ações de degradação, monitoramento das ações implementadas para correção e/ou prevenção e reciclagem de materiais e/ou produtos.

Em síntese, pode-se afirmar que a grande contribuição dessa contabilidade é a evidenciação das informações de natureza ambiental de forma segregada, visando informar o usuário sobre a forma de interação da empresa com o meio ambiente. Isto requer que os eventos e transações econômico-financeiros, relacionados com essa questão, sejam identificados, mensurados e contabilizados. (RIBEIRO, 2010, p.48)

A Contabilidade Ambiental se tornou uma ferramenta imprescindível para a preservação do meio ambiente, e conseqüentemente para a permanência da empresa no mercado, pois carrega o objetivo de contabilizar todo o envolvimento da organização para com a questão ambiental.

2.1.1.1 *O registro das atividades*

Não faz parte da cultura das empresas nacionais prestar esclarecimento sobre os registros de fatos que demonstrem os impactos causados no meio ambiente. Além disso, outra resistência encontrada no cotidiano das organizações é o fato de que, muitas empresas, agem na ilegalidade com o meio ambiente, almejando apenas o lucro e agindo assim irresponsavelmente para com o meio ambiente.

Entretanto os registros contábeis são imensamente importantes para seus usuários, visto que são responsáveis por conceber dados para que possam ser gerados relatórios e demonstrações. Esses relatórios e demonstrativos são utilizados para acompanhar como é realizada a gestão na empresa. Os demonstrativos de natureza Socioambiental têm como intuito analisar criteriosamente o risco de impactos negativos ao Meio Ambiente associado a cada atividade e operação. É uma ferramenta utilizada para demonstrar o quão grande pode ser o grau de agressão, preservação ou reparação do meio ambiente. (SALES; OLIVEIRA, 2016, p. 31). Como compõe o Comunicado Técnico Ibracon nº 07/2012:

Essa demonstração, não obrigatória, foi instituída no Brasil pelo CFC, por intermédio da NBC T 15 com vigência a partir de 1º de janeiro de 2006. Quando apresentada, ela deve ser considerada como informação suplementar às demonstrações contábeis e não deve se confundir com as notas explicativas às demonstrações contábeis. A referida NBC T 15 estabelece quais são as informações que devem ser incluídas nessa demonstração.

É necessário elaborar registros contábeis específicos que evidenciem todas as ações que tenham potencial ou que causam algum dano ao meio ambiente, desde que essas ações possam ser medidas de forma monetária. Devem ser listados também, as contrapartidas da empresa, planos de recuperação, investimentos na área, entre outros.

2.1.1.2 *Definição de Custos, Passivos e Ativos Ambientais*

A Contabilidade Ambiental e seus elementos possuem características bem exclusivas, e dentre esses elementos, estão os Ativos Ambientais, os Passivos Ambientais e os Custos Ambientais.

Os custos ambientais podem ser definidos, de acordo com Ribeiro (1998), como a soma dos recursos utilizados nas atividades de preservação, controle e recuperação do meio ambiente. Para Kraemer (2011, p. 31): “Os custos ambientais representam todo empenho, todo o esforço direta ou indiretamente vinculado a qualquer gasto, independentemente de desembolso, relativo a bens ou serviços que visem, única e exclusivamente a preservação do meio ambiente”. Todos os gastos envolvidos no processo de preservação do meio ambiente são classificados como custos ambientais.

Desta maneira, com relevância que o tema foi ganhando, a gestão dos custos ambientais se mostra uma área estratégica, necessitando de um tratamento específico por parte da organização. A empresa que trabalha com essa gestão, tende a se beneficiar com redução de custos e a redução no seu passivo ambiental duvidoso. Através desses gastos, a organização pode obter diversas vantagens, como: o aumento da capacidade, segurança de seus ativos, progresso de sua eficiência e eliminação de impactos causados pela mesma (TINOCO; KRAEMER, 2011)

Com a gradativa evolução da tecnologia, o consumidor vem tendo mais acesso a conhecer a postura e as ações tomadas por uma determinada organização. Nessa nova conjuntura política o desrespeito às normas socioambientais existentes obriga as entidades, ao pagamento de indenizações, multas e compensações aos órgãos públicos, particulares e a sociedade. Todas essas obrigações correspondem a passivos ambientais. (CARVALHO, 2012,).

Kraemer (2000, p.33) conceitua:

Passivo Ambiental representa toda qualquer obrigação de curto e longos prazos, destinados única e exclusivamente a promover investimentos em prol de ações relacionadas a extinção ou amenização dos danos causados ao meio ambiente, inclusive percentual do lucro do exercício, com destinação compulsória, direcionado a investimentos na área ambiental.

Os passivos ambientais não englobam apenas aspectos negativos, como multas, indenizações, e demais taxas. A proteção e preservação do meio ambiente, compra de equipamentos, máquinas, instalações e treinamentos para os funcionários também são tidos como passivos ambientais, todavia, com intuito de reparar os danos causados. Conforme Ferreira (2006), o passivo ambiental é uma obrigação contraída pela empresa que é destinada a aplicação em ações de

controle, preservação e recuperação do meio ambiente, que são ocasionadas em contraponto a um ativo ou um custo ambiental. Dentre os passivos ambientais estão: indenizações por doenças causadas, geração de resíduos, multas, aposentadorias precoces devido a impactos negativos e outros.

Para isso, os gestores devem gerir seus patrimônios de forma controlada, se certificando de equilibrar as contas da organização, visando obrigações já reconhecidas, inclusas nos passivos ambientais, e também, mantendo reservas para qualquer risco ambiental em potencial.

Essas reservas são chamadas de contingências. Tinoco e Kraemer (2011, p. 159) definem que: “Uma exigibilidade contingente é uma obrigação que pode surgir dependendo da ocorrência de um evento futuro.” Ou seja, esses eventos podem ou não acontecer, e devem ser mensurados de forma correta, para que sejam identificados nos relatórios sociais.

O passivo ambiental deve ser reconhecido nos relatórios financeiros se é de ocorrência provável e pode ser razoavelmente estimado, existindo vários padrões de contingências que devem ser usados para caracterizar o que seria um evento de ocorrência provável. Se existirem dificuldades para estimar seu valor, deverá ser provisionado um valor estimável, registrando-se os detalhes dessa estimativa em notas explicativas. (TINOCO; KRAEMER, 2011, p. 161)

Tratando de ativo ambiental, Ribeiro (2010, p.61) propõe o conceito: “Os ativos ambientais são constituídos por todos os bens e direitos possuídos pelas empresas, que tenham capacidade de geração de benefício econômico em períodos futuros e que visem à preservação, proteção e recuperação ambiental.”

De acordo com Tinoco e Kraemer (2011, p. 154), os Ativos Ambientais são compostos por: estoques de insumos, peças, investimentos em instalações, máquinas, equipamentos e outros. Também inclui os gastos com pesquisas que tenham a mesma finalidade.

Seguindo juntamente esse contexto Kraemer (2000, p.51) alerta que:

As características dos ativos ambientais são diferentes de uma empresa para outra, pois as diferenças entre os vários processos operacionais das distintas atividades econômicas devem compreender todos os bens utilizados no processo de proteção, controle, conservação e preservação do meio ambiente.

Ou seja, os ativos de cada empresa são diferentes, e englobam os investimentos que uma entidade faz em compensação aos danos ambientais causados, buscando um modelo sustentável de gestão.

2.1.1.3 ISO 14000

Vivemos numa sociedade onde grande parte das pessoas não se preocupam com meio ambiente, sem saber da importância do tema, pois é uma questão de sobrevivência. O meio ambiente é uma manifestação de constante transformação, e vem sendo acompanhado de egoísmo e ambição desenfreada, diante de um consumismo sem limite para suprir os desejos econômicos de organizações que não se importam com as árvores que são derrubadas, queimadas, e danos que acabam provocando a extinção de espécies, não importando se todo este descaso vai valer a pena futuramente. Diante a tantas catástrofes ambientais e até mesmo por um motivo de segurança, foi criada a ISO.

A ISO (International Standardization Organization) é uma organização não-governamental fundada em 1947, com sede em Genebra, na Suíça, que atua como uma federação mundial de organismos nacionais de normatização. A ISO conta atualmente com mais de 100 membros, sendo um único membro de cada país, entre eles a ABNT (Associação Brasileira de Normas Técnicas). (NAHUZ, 1995, p.56)

Essas normas de padronização têm como objetivo à melhoria constante da qualidade ambiental por meio da Responsabilidade Social. Dessa maneira, as empresas gerenciam seus negócios, sejam serviços ou produtos, com intenção de minimizar os danos ao meio ambiente, focando assim, em beneficiar a comunidade que vive no local onde a empresa está inserida.

Em vista da necessidade de introduzir algum tipo de norma capaz de nortear e subsidiar o comportamento ambiental, em março de 1993, a International Organization for Standardization – ISO, por meio do Comitê Técnico de Gestão Ambiental (ISO/TC207), publicou a divulgação da série denominada ISO 14000 envolvendo: sistema de gestão ambiental; auditorias ambientais; rotulagem ambiental; avaliação do desempenho ambiental; avaliação do ciclo de vida do produto etc. (PEREIRA, MELO, *et al.*, 2013, p. 74)

A ISO 14000 é um fator importante para o mercado internacional, pois permite a melhoria ambiental a nível mundial, por serem normas de consenso internacional. Contribui também para a melhoria da Gestão Ambiental, por estar preparada para atender todas as etapas de operações de uma organização. (TORRES; GAMA, 2005, p. 51)

Seguindo esse contexto, a ISO começou a trabalhar vários aspectos da gestão ambiental. Com intuito de abranger diversos pontos dentro do tema, em 1996 foi criada a família de normas ambientais dentro da série 14000, publicadas no

mesmo ano, revisadas em 1999 e concluídas em 2004. Algumas dessas normas estão apresentadas no Quadro 1:

Quadro 1 Principais normas da família ISO 14000(Continua)

Área Temática	Número: Ano	Título da Norma
SGA	14001: 2004	Sistema de gestão ambiental – requisitos com orientação para uso.
SGA	14004: 2004	Sistema de gestão ambiental – diretrizes gerais sobre princípios, sistemas e técnicas de apoio.
SGA	14061: 1998	Informações para auxiliar as organizações florestais no uso das normas ISO 14001 e ISO 14004.
SGA	14063: 2006	Gestão Ambiental – comunicação ambiental – diretrizes e exemplos.
SGA	14064-1: 2006	Gases de efeito estufa – parte 1: especificações com guias para quantificar e relatar as emissões e remoções de gases de efeito estufa no nível da organização.
SGA	14062-2: 2006	Gases de efeito estufa – parte 2: especificações com guias para quantificar, monitorar e relatar as emissões e remoções de gases de efeito estufa no nível do projeto.
SGA	14064-3: 2006	Gases de efeito estufa – parte 3: especificações com guia para validação e verificação de afirmações sobre gases de efeito estufa.
Auditoria Ambiental	14011: 2002	Diretrizes para auditoria de sistema de gestão de qualidade e/ou ambiental – avaliação do desempenho ambiental – diretrizes.
Auditoria Ambiental	14015: 2001	Gestão ambiental – avaliação ambiental de local e organizações (AALO).
Avaliação do desempenho	14031: 1999	Gestão ambiental – avaliação do desempenho ambiental – diretrizes.

ambiental		
Avaliação do desempenho ambiental	14032: 1999	Gestão ambiental – exemplos de avaliação de desempenho ambiental.

Fonte: Adaptado de application of the ISO 14000 (2009) (Conclusão)
Tradução própria.

Como estratégia de vantagem competitiva, a adoção das normas da série ISO 14000 vem se tornando cada vez mais importante, principalmente no mercado internacional. Organizações que implantam o Sistema de Gestão Ambiental apresentam mais chances de conquistar mercados onde as questões ambientais têm mais relevância, como é o caso da produção de mercadorias através de processos, matérias-primas e insumos cada vez melhores sob o ponto de vista ecológico. A certificação ISO 14000 mostra a todas as partes interessadas que a organização se compromete com a melhoria de seu desempenho ambiental.

“Todas as normas ABNT são regularmente analisadas e revistas a fim de garantir que permaneçam relevantes para o mercado.” Uma das recentes revisões em norma, foi feita na norma ABNT NBR ISO 14001 de 2015, que foi reformulada para abordar as mais recentes tendências:

[...] incluindo o crescente reconhecimento por parte das empresas da necessidade de levar em consideração os elementos internos e externos que influenciam seu impacto ambiental, como por exemplo, a volatilidade do clima e o contexto competitivo em que estão inseridas. As alterações também asseguram que a norma seja compatível com outras normas de sistemas da gestão.

Em decorrência do aumento da consciência ecológica dos consumidores, os atributos ambientais se tornaram fatores notáveis na seleção de produtos. Com isso, para criar uma forma de conexão entre o fabricante e o consumidor, surgiram os rótulos ambientais, ou selos verdes. Biazin e Godoy (2000) definem que:

Os rótulos ambientais são selos de comunicação que visam dar informações ao consumidor a respeito do produto. A rotulagem ambiental caracteriza-se por um processo de seleção de matérias-primas produzidas de acordo com especificações ambientais. O selo verde identifica os produtos que causam menos impacto ao meio ambiente em relação aos seus similares.

A rotulagem ambiental se ampara em informações que aparecem nos rótulos de embalagens, facilitando assim a escolha do consumidor para um produto melhor, com menor impacto ambiental que outros do mesmo segmento disponíveis.

Porém, em meio a popularização dessa prática, alguns selos eram concebidos pelo próprio fabricante, seguindo parâmetros pessoais, visando apenas a conquista de mais clientes. Isso facilitava na proliferação de informações falsas, sem um padrão específico de regulação. (BIAZIN; GODOY, 2000)

Diante dessa situação, foi preciso organizar um sistema de orientações para a normatização ambiental em nível internacional que fosse confiável, assim surgiu a ISO. E dentro da ISO 14000 foram criados padrões para a rotulagem ambiental. Algumas das principais normas seguindo esses quesitos estão dispostas no Quadro 2:

Quadro 2 Principais normas de rotulagem ambiental

Número: Ano	Função da norma
14020: 2002	Contém princípios básicos, aplicáveis a todos os tipos de rotulagem ambiental, e recomenda que seja levada em consideração a Análise de Ciclo de Vida (ACV).
14021: 2004	Rotulagem Ambiental Tipo II: Trata das organizações que podem descrever apenas um aspecto ambiental do seu produto, não sendo obrigatório à realização de uma ACV, tendo assim, os custos para atender de uma forma rápida às demandas do marketing.
14024: 2004	Rótulo Ambiental Tipo I: Princípios e Procedimentos - leva em consideração a ACV para a definição dos "critérios" de avaliação do produto. Deve haver critérios identificados e padronizados nas fases do ciclo de vida, facilitando a avaliação e reduzindo os custos de certificação.
14025: 2004	Rotulagem Ambiental Tipo III: Princípios e procedimentos orientam os programas de rotulagem que pretendem padronizar o Ciclo de Vida, ou seja, garantem que os valores dos impactos informados sejam corretos, sem definir valores limites.

Fonte: Adaptado de Rotulagem Ambiental: Um Estudo sobre a NBR 14020(2006)

A utilização do rótulo ambiental é muito importante para a implementação de políticas que busquem o desenvolvimento sustentável, podendo alterar os métodos

de produção e consumo dos envolvidos. Fora isso, permite aos consumidores o poder de conhecer, e conseqüentemente mudar, o comportamento ambiental das organizações.

Apesar dos programas serem diferentes em cada país, a essência continua a mesma: contribuir para a confiabilidade por meio de instituições reconhecidas. Em 2008, a ABNT lançou seu próprio selo. O programa desenvolvido pela ABNT – Qualidade Ambiental – tem como características:

Este programa é acreditado pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO) e leva em consideração duas diretrizes básicas: i) ser desenvolvido de forma adequada à realidade brasileira; e ii) ser compatível com modelos internacionais, com o objetivo de auxiliar os exportadores brasileiros na superação de eventuais barreiras técnicas. (MOURA, 2013, p. 14)

A rotulagem ambiental pode ofertar diversos privilégios para a empresa, como aumento da receita, visibilidade, redução de desperdícios, e a potencial melhoria na possibilidade de exportação. Para tanto, é necessário que haja investimento nessas áreas, visando identificar às tendências internacionais a procura de oportunidade para que as empresas se adequem a um cenário sustentável.

2.1.2 Normas Contábeis voltadas para o Social e o Ambiental

Uma importante função desempenhada pelo gestor ambiental, é a atenção a legislação que abrange o tema, devido a mudanças que possam ocorrer e também, a análise de diretrizes específicas para cada área de atuação

Almeida (2016, p.33) acrescenta dizendo que a legislação brasileira a respeito do meio ambiente é considerada como sendo uma das melhores do mundo por especialistas em direito ambiental e salienta que todo negócio que possa gerar algum tipo de impacto negativo no meio ambiente, percorre antes, por um processo de licenciamento ambiental, onde são discutidas a adoção de providências a serem tomadas visando compensar os danos causados. Portanto, no Brasil, existem algumas regulamentações que abordam o tema, e que, de forma resumida, serão descritas no Quadro 3, disposto abaixo:

Quadro 3 Principais normas voltadas para o social e o ambiental(Continua)

Numeração	Principais características do regulamento
Lei Federal nº 6.938/81	Também conhecida como Lei de Política Nacional de Meio Ambiente foi a primeira lei a realmente organizar a política de meio ambiente e toda a estrutura governamental ligada aos assuntos ambientais. Responsável por criar o CONAMA e o SISNAMA, define como degradação ambiental qualquer alteração que cause danos ao meio ambiente
Lei Federal nº 7.347/1985	É considerada um grande avanço em termos de participação popular em ações que envolvem o meio ambiente. Elabora instrumentos para a recuperação de áreas degradadas, através de fundo específico e de licitação para contratação de empresa para recuperação de áreas degradadas.
Resolução CONAMA nº 001/86	São estabelecidos os parâmetros básicos para o Estudo de Impacto Ambiental (EIA) e o Relatório de Impacto Ambiental (RIMA).
Constituição Federal de 1988, art. 225	Consolida os instrumentos já existentes e informa a necessidade de reparar os danos ambientais (independente das punições e das multas que possam incidir sobre as pessoas físicas e jurídicas responsáveis).
Decreto-lei nº 97.632/89	Regulamentou a lei n. 6.938/81, que obriga a recuperação da área degradada como parte do Relatório de Impacto Ambiental. Além disso, foi responsável pela instituição do PRAD.
Lei Federal nº 9.605/98	É a chamada lei dos crimes ambientais, que permite abertura de uma ação e processo penal contra esse tipo de ação. Prevê penalidades que incluem prestação de serviços à comunidade, interdição temporária de direitos, suspensão parcial ou total de atividades, prestação pecuniária e recolhimento domiciliar.
Decreto nº 3.420/00	Cria o Programa Nacional de Florestas que fomenta a “recomposição e restauração de florestas de preservação permanente, de reserva legal e áreas alteradas”.
Resolução CONAMA nº	Dispõe sobre licenciamento obrigatório de assentamentos rurais.

387/06	
Lei Federal nº 11.428/06	Dispõe sobre a utilização e proteção da vegetação nativa do Bioma Mata Atlântica. Esta lei estabelece as medidas compensatórias para em que a recuperação será de área equivalente à área do empreendimento, com as mesmas características ecológicas.
Decreto nº 6.660/08	Regulamenta os dispositivos da Lei acima (11.428/2006). Através de seu art. 12, faculta o plantio ou o reflorestamento com espécies nativas, sem necessidade de autorização do órgão ambiental competente, incluindo aí os plantios com finalidade de recuperação ambiental e com finalidade econômica.
Instrução normativa nº 4/11	Esta instrução estabelece procedimentos para elaboração de PRAD. Esta instrução distingue dois tipos de PRAD (PRAD e PRAD simplificado), aplicados conforme cada caso especificado na norma.
Lei Federal nº 12.651/12 – Novo Código Florestal	O novo Código Florestal prevê a recomposição gradual das áreas de reserva legal e recuperação das áreas de preservação permanente em diferentes faixas, conforme o tamanho dos imóveis rurais. As áreas de preservação permanente e de reserva legal, que não possuem mais sua vegetação natural, são consideradas degradadas, portanto necessitam legalmente de serem recuperadas.

Fonte: Adaptado de Recuperação Ambiental da Mata Atlântica (2016) (Conclusão)

A existência desses dispositivos é de imenso valor para a sociedade, uma vez que incentivam na restauração de áreas degradadas e regulam as ações tomadas pelas entidades, visando a proteção do ambiente por meio de regras que as tornam responsáveis pelas suas ações.

2.2 O que é o Balanço Social de uma empresa?

Durante muito tempo, mais especificamente em meados do século XX, já eram realizadas manifestações exigindo um compromisso das empresas em relação

ao bem-estar da comunidade. Foi a partir da década de 60, nos Estados Unidos da América, e 70, na Europa, que a idéia de Responsabilidade Social, e conseqüentemente do Balanço Social, se propagou no meio acadêmico e se tornou uma ferramenta para os usuários da Contabilidade. (NETO, 2010).

A consolidação do Balanço Social expõe a preocupação das organizações em divulgarem suas práticas em investimentos sociais. Deixando claro assim, seu posicionamento frente a cobrança da sociedade.

Conforme Tinoco (2010), a sociedade civil teve um papel de suma importância na implantação da responsabilidade social no meio empresarial. Universidades, igrejas e fundações pressionaram os empresários de diversas formas, buscando conhecer as ações tomadas pelas empresas de que consumiam. Dessa forma, a falta de preocupação com o meio ambiente foi causando insatisfação por parte dos interessados, logo, a sociedade passou a exigir uma postura ética, e assim, diversas empresas começaram a prestar contas de suas ações e objetivos sociais.

A evidenciação das ocorrências econômico-financeiras de natureza ambiental é uma das colaborações da contabilidade no processo de proteção e preservação dessas áreas. Vale ressaltar que essas demonstrações contábeis brasileiras, de cunho ambiental, dificilmente são completas, tendo em vista que no Brasil, a publicação do Balanço Social não é obrigatória, todavia algumas organizações se predispõem a fazê-lo, antecipando-se as obrigatoriedades. (SALES; OLIVEIRA, 2016)

É necessário, portanto, a constituição de uma lei de âmbito federal que contemple o balanço social como um demonstrativo contábil com informações claras e abrangentes, que forneça subsídios para a comparabilidade das informações e que prime pela transparência, incentivando: a exposição de externalidades, o uso de notas explicativas, a assinatura do responsável por sua elaboração e a averiguação por auditores independentes. Assim o balanço social poderá ser uma fonte de informações para a sociedade e uma base adequada para o processo decisório.

No entanto, com o passar do tempo, houveram importantes mudanças no comportamento empresarial, tornando essas informações mais completas e precisas, mesmo que de forma qualitativa, efeito do olhar mais rigoroso por parte dos interessados.

Tais mudanças são decorrentes da globalização dos mercados, seja para o comércio de produtos e serviços, seja para papéis e títulos em

geral. Outro fato que motivou esse aumento foi o uso dos gastos relacionados com as ações ambientais para promover a imagem da empresa e seus produtos ou serviços — razão de muitas críticas aos relatórios sociais elaborados pelas empresas. (RIBEIRO, 2010, p. 108)

Apesar de muitas dessas ações serem tomadas como forma de marketing, ou seja, com o objetivo de promover a empresa, é preciso reconhecer que há um fator positivo nessa questão: a evidenciação dessas informações acaba estimulando o mercado, fazendo com que os concorrentes busquem praticar ações na mesma área, o que conseqüentemente contribui para o desenvolvimento da sociedade.

O Balanço Social é uma imprescindível ferramenta utilizada pelas organizações para exposição dessas ações, evidenciando assim, como a empresa age frente a questões ambientais, e como pratica a Responsabilidade Social. Conforme Tinoco (2010):

Pode-se definir Balanço Social como um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, de forma mais transparente possível, informações contábeis, econômicas, ambientais e sociais do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários da informação, na busca do desenvolvimento sustentável.

No Brasil, dois modelos de Balanço Social são mais utilizados: o do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) e o do Instituto Ethos.

Segundo Neto (2010, p. 26), “O modelo do Ibase traduz em números as ações sociais, os projetos culturais e os patrocínios promovidos pelas empresas. Ele também traz indicadores do quadro de pessoal e os benefícios concedidos aos funcionários.” Para estimular que empresas passem a implementar essa ferramenta, em 1998, o Ibase criou o Selo Balanço Social Ibase/Betinho. Empresas que obtêm esse selo, tem o direito de divulgar, em campanhas publicitárias institucionais, seus investimentos no meio ambiente, saúde, educação e etc.

Para o Instituto Ethos, o balanço social também pode ser utilizado como um instrumento de diagnóstico e gestão, pois reúne informações relevantes sobre o papel social da empresa, permitindo acompanhar a evolução e a melhoria de seus indicadores. Outra vantagem é permitir que se façam comparações entre empresas de um mesmo setor. (NETO, 2010, p. 27)

Por meio do Balanço Social a entidade pode expor seus feitos direcionados a todos os interessados: seus profissionais, dependentes, colaboradores e a comunidade onde está estabelecida. “Na elaboração do Balanço Social, surge a

oportunidade de a organização evidenciar essas potencialidades, demonstrando sua influência e participação na economia local, regional e nacional. ” (TINOCO, 2010, p. 3)

A evidenciação desse tipo de informação gera, por questões de competitividade, um incentivo para que outras organizações também explorem esse campo, certificando a relevância desse relatório para a sociedade.

2.2.1 Balanço Social: seus principais indicadores

As demonstrações contábeis de uma entidade são fontes de informações para vários tipos de usuários, e através dessas informações, é evidenciado a postura da organização em meio ao ambiente onde está inserida. Com o desenvolvimento sustentável ganhando foco, o Balanço Social de uma organização se torna uma forma da entidade demonstrar como age frente a responsabilidade de suas ações.

De acordo com Tinoco (2001, p. 41), o Balanço Social utiliza ao máximo os indicadores de diversos departamentos das organizações, os reunindo para uso dos agentes sociais. Os indicadores de caráter econômico obtidos no Balanço Social são:

- Valor adicionado por trabalhador;
- Relação entre salários pagos ao empregado em relação ao valor adicionado;
- Relação entre salários e as receitas brutas de empresas;
- Contribuição do valor adicionado da empresa para o Produto Interno Bruto;
- Produtividade social da empresa;
- Carga tributária da empresa em relação a seu valor adicionado, entre outros;

Se caracterizam por informações financeiras que colaboram para a Base de cálculo de percentuais de outros indicadores. Os valores da Receita Líquida, folha de pagamento, do Resultado Operacional, dentre outros, compõem os indicadores econômicos de uma organização.

Tinoco (2001, p.41) ainda define os indicadores de caráter social:

- Evolução do emprego na empresa;
- Promoção dos trabalhadores na escala salarial;
- Relação entre a remuneração do pessoal em nível de gerência e os operários;

- Participação e evolução do pessoal por sexo e instrução;
- Classificação do pessoal por faixa etária;
- Classificação do pessoal por antiguidade na empresa;
- Benefícios sociais concedidos (saúde, moradia, educação);
- Política de higiene e segurança no trabalho.

Os indicadores sociais podem ser internos ou externos, ambos sendo compostos por gastos realizados pela organização. Os indicadores sociais internos são voltados para os funcionários que integram a entidade, e os indicadores externos demonstram os gastos realizados com projetos dirigidos para a sociedade.

A dificuldade encontrada na apresentação dos indicadores que compõem o Balanço Social é que cada empresa pode divulgar as informações que preferir, considerando que não há regulamentação que exija a demonstração do Balanço Social.

2.2.2 Stakeholders e a influência das informações do Balanço Social

A Contabilidade precisa trabalhar conhecimentos e ferramentas a fim de atender, especialmente, aos usuários da informação (seus stakeholders), que tanto podem ser internos como externos. Em termos de planejamento corporativo, pesquisas apontam que uma estratégia de sucesso é aquela que pensa nos interesses de todos os stakeholders sem privilegiar algum grupo específico. Conforme Rocha e Goldsmichidt (2010, p. 6):

O termo stakeholder tem origem no termo stockholder (acionista), e amplia o foco da organização, que antes era satisfazer o acionista e passa a ser satisfazer seus públicos de interesse estratégicos, como clientes, funcionários, imprensa, parceiros, fornecedores, concorrentes, sindicatos e a comunidade local.

É possível separar os stakeholders em dois grupos: internos e externos. Os internos sendo os que envolvem a própria organização, com seus diretores, gerentes e funcionários. E os demais são denominados stakeholders externos, por agirem em volta da organização (PHILIPPI JR; SAMPAIO; FERNANDERS, 2017)

Os stakeholders são agentes que tanto influenciam, quanto são influenciados por uma empresa. Dentro do quadro de stakeholders de uma organização, todos possuem grande importância para a mesma, desde o governo, os clientes, a

comunidade onde se está inserida, os fornecedores, entre outros que são de extrema importância para o sucesso da empresa no meio competitivo.

Rocha e Goldschmidt (2010, p. 7-8) dividem os stakeholders em nove grupos, e conceituam cada tipo:

- Os clientes e os fornecedores tendem a ser os stakeholders que as empresas mais buscam conhecer, obviamente porque, sem eles, a empresa não sobrevive;
- A imprensa tem um papel muito importante, mas requer cautela, visto que pode repercutir positiva ou negativamente na imagem da empresa;
- As agências e administradores governamentais são compostos pelos órgãos públicos que regulamentam a atuação das empresas em ramos específicos, como a Receita Federal e a Anvisa;
- Os intermediários financeiros são os bancos que auxiliam em empréstimos, investimentos e financiamentos;
- Os sindicatos e os grupos ativistas atuam defendendo seus interesses frente as organizações, exigindo uma responsabilidade da empresa em suas ações;
- Os concorrentes são empresas que lutam pela mesma participação de mercado, e as comunidades locais são indivíduos ou empresas que estão ao redor da organização, e que acabam, de alguma forma, afetando as ações da mesma.

Hanashiro, Teixeira e Zaccarelli (2008, p. 12) defendem que:

Dentro do contexto da sociedade informacional, as organizações com fins lucrativos, para permanecerem no mercado, buscam novas formas de gestão que possibilitem orientações essenciais: flexibilidade, produtividade do tempo, participação, direito à privacidade de escolha, consciência e papel diante do risco de extinção da espécie humana em decorrência da exaustão ambiental e das tentativas de novas configurações geopolíticas, por meio das quais novos países surgem, acentuando o direito à diversidade cultural e religiosa.

Com a sociedade cada vez mais informada, obviamente os stakeholders seriam impactados de alguma forma. Entre esses impactos, se destaca a importância do comportamento atual dos consumidores, considerando que o ambiente competitivo exige que as entidades os estudem desde a concepção de seus produtos, para que a tomada de decisões da mesma seja mais consciente, preservando assim o respeito as realidades sociais, culturais e políticas dos lugares que atuam, visando a conquista de vantagens competitivas sustentáveis.

Como declara Rocha e Goldschmidt (2010), deve haver um equilíbrio nas informações negativas e positivas mostradas no Balanço Social, ou seja, a relevância e a transparência das informações é muito importante para a fidelização das relações com os stakeholders, dando assim, uma abertura para diálogos buscando a melhoria para ambos.

Evidentemente muitas empresas poderão olhar para a teoria de stakeholders apenas pelo seu lado descritivo, diagnosticando os seus públicos de interesse e considerando somente os que impactam diretamente em seus resultados, desenvolvendo políticas com objetivos específicos. Porém, do ponto de vista gerencial, deve-se elaborar e implementar projetos de mudança organizacional, considerando a diversidade de cada grupo de stakeholders. (HANASHIRO; TEIXEIRA; ZACCARELLI, 2010)

2.3 Contabilidade Socioambiental como estratégia de desenvolvimento empresarial

Historicamente, o homem sempre utilizou dos recursos da natureza para sobreviver, seja para a produção de armas, abrigo, comida, entre outros recursos. No entanto, essa exploração excessiva, sem que buscasse o equilíbrio entre retirar e preservar o meio ambiente, causou impactos deixando cada vez mais ameaçado, acarretando assim, diversos problemas, e muitos deles, irreversíveis para as gerações futuras. A degradação dessas áreas e a falta de preservação das mesmas pressionaram as organizações na busca de ações que pudessem evitar ou reduzir esses danos.

Diante disso, várias ações que envolvessem projetos de leis foram elaboradas, e mantendo essa postura, as empresas notaram o potencial estratégico que a Responsabilidade Social poderia trazer para elas.

2.3.1 O controle financeiro das iniciativas de recuperação de áreas degradadas

Em termos gerais, qualquer alteração causada no meio ambiente gera, de alguma forma, algum tipo de degradação ambiental. Áreas e áreas são degradadas e se não houver ações que impeçam ou diminuam essa conduta, inúmeras gerações serão prejudicadas.

São considerados como degradação os processos resultantes dos danos ao meio ambiente, pelos quais se perdem ou se reduzem algumas de suas propriedades, tais como, a qualidade ou capacidade produtiva dos recursos ambientais, diante o decreto de nº 97632 de 10 de abril de 1989. (BRASIL, 1989)

A recuperação de áreas degradadas é uma prática prevista na Constituição Federal, sendo uma obrigação dos agentes causadores do impacto promoverem esta reparação em um período determinado. Portanto, de acordo com a Lei nº 9.605 (BRASIL, 1998), qualquer ação que atinja diretamente em determinado ecossistema, e que não tenha ação de contrapartida, buscando a recuperação dessa área, deverá ser qualificado como crime ambiental.

A legislação acerca da recuperação de áreas degradadas tem evoluído muito, e atualmente no Brasil, é obrigatória a recuperação referente a atividade mineraria, florestas e demais formas de vegetação, localizadas em áreas de preservação. O conhecimento sobre o tema é de sumo valor para os técnicos que trabalharão nessa área, tendo em vista que, cada projeto elaborado é tratado de forma específica pelos critérios regulamentados. (ALMEIDA, 2016)

Para aumentar o comprometimento das empresas para com a natureza, é necessário que todos interessados, investidores, consumidores, entre outros, se mostrem preocupados com as ações tomadas, e que cobrem uma postura responsável diante aos temas ambientais. Cabe também aos órgãos públicos, parte significativa de uma sociedade, exigir dessas organizações esse engajamento, impondo políticas de controle e fiscalização, e penalizando frente ao não cumprimento dessas políticas.

Quando pensamos em recuperar uma área, devemos sempre associar nosso planejamento aos processos naturais de sucessão, que, segundo Schorn (2005), é basicamente, a maturação do ecossistema. Para o desenvolvimento de projetos de recuperação ambiental de áreas degradadas, é necessário refletir sobre o ecossistema a ser recuperado, qual sua atual estrutura e qual a necessidade de reestruturação física, visando acelerar a recomposição da vegetação natural da área.

O foco do projeto deve ser a recuperação da área para o mais próximo possível de seu estado natural, por isso, deve-se ter conhecimento da área, para que sejam idealizados planos que sejam eficazes na restauração da área afetada.

O Plano de Recuperação de Áreas Degradadas (PRAD) é solicitado pelos órgãos ambientais como parte do processo de licenciamento de atividades degradadoras ou modificadoras do meio ambiente, e após situações em que o empreendimento foi punido administrativamente por causar degradação ambiental. (STEIN, 2017, p. 279)

Na etapa de desenvolvimento desses planos, a base de conhecimento sobre a biodiversidade da área é fundamental. O desenho do modelo de recuperação deve se adequar a cada situação. Para Almeida (2016, p. 141):

PRAD significa plano ou projeto de recuperação de áreas degradadas, que tem como objetivo principal criar um roteiro sistemático, contendo as informações e especificações técnicas organizadas em etapas lógicas, para orientar a tecnologia de recuperação ambiental de áreas degradadas ou perturbadas para alcançar os resultados esperados.

O sucesso na implantação desses projetos de recuperação é vindo de um gerenciamento que tende a acompanhar todas as etapas, para que a implementação seja feita corretamente e os resultados almejados sejam alcançados.

O PRAD deve ser conduzido junto ao proprietário e o técnico responsável pelo projeto, conforme Instrução normativa n. 4, de 13 de abril de 2011, e o proprietário também deverão assinar o “Termo de Compromisso de Reparação de Dano Ambiental”. Assim sendo, o PRAD não deve ser realizado focado somente nos interesses e necessidades do gestor, mas sim no sucesso do plano, encaminhando-se para a recuperação da área envolvida.

Todavia, todo investimento requer gastos, e como deixa claro Almeida (2016, p. 134) “O custo de recuperação pode, muitas vezes, significar um obstáculo e desestímulo para a realização de trabalhos nesta linha. ”

Quando falamos em modelos em que a produção é incorporada ao processo de recuperação, é indispensável detalhar o conhecimento do componente econômico do sistema. Por isso, ao se realizar uma análise econômica, destacando os critérios que ajudem a obter uma maior segurança na tomada de decisões, fica evidente a necessidade de inclusão de profissionais da área financeira no processo, tendo em conta os possíveis riscos financeiros que a empresa pode assumir com seus investimentos.

Todos os custos que estarão envolvidos no decorrer do processo, de acordo com Almeida (2016, p. 134-136), devem ser considerados, desde a implantação, ao tempo necessário para o início do procedimento, e as manutenções, que incluem preparo de terreno, insumos e outras operações. Da mesma forma, deve ser averiguado o retorno que esses investimentos podem oferecer para a organização, como o Lucro Bruto que a empresa obterá por meio do investimento e o cálculo da Taxa interna de Retorno (TIR), que examina as variantes do processo de forma realista, apesar da dificuldade de previsão, para que sejam aceitos apenas se forem

viáveis economicamente para a entidade. Dessa forma, a organização deve equilibrar as ações em prol da recuperação de áreas degradadas com suas ações econômico-financeiras, adequando-se a uma constante de desenvolvimento.

2.3.2 Orçamento de investimentos em tecnologias que ajudem o Controle Ambiental

Claramente as organizações necessitam de lucros para que mantenha sobrevivência no mercado, haja vista que, para qualquer empresa operar deve se ter em conta os custos para seu funcionamento: como impostos, taxas, pagamento de funcionários, entre outros. Sendo assim, ao lidar com a questão da recuperação ambiental, as empresas carecem de analisar as vantagens econômicas decorrentes da prática dessas ações, ou seja, o retorno que elas trazem para a entidade.

Basicamente a preocupação do gestor é com questões financeiras, ou seja, quanto de capital o projeto irá deixar para empresa. Também com o prazo de recuperação e com a taxa interna de retorno, a fim de balizar o comparativo com a taxa de atratividade do mercado. (PINTO; *et al*, 2010)

A realização de qualquer projeto sempre deve ter início com a análise econômica criteriosa de cada investimento, gastos e lucros envolvidos. É preciso se atestar qual rumo é mais viável para a entidade, um que proporcione mais lucros que dividendos. Para isso, a análise do investimento traz um conjunto de técnicas que tornam possível a comparação entre as alternativas, trazendo resultados com intuito de auxiliar na tomada de decisão. Camargo (2007, p. 79) assevera que “qualquer investimento pode ser analisado em função do lucro ou prejuízo econômico que produz, da taxa percentual de retorno que proporciona ou do tempo que leva para retornar o investimento.”

A apuração do retorno que a empresa terá de seus investimentos é essencial para seu desempenho, através das mensurações desses valores econômicos incorporados ao processo de recuperação de áreas degradadas.

Rodrigues e Rozenfeld (2008) apontam que, durante a seleção do processo, são definidos os principais indicadores financeiros e é feito o estudo das previsões de retorno do investimento: o Valor Presente Líquido (VPL), a Taxa Interna de Retorno (TIR), o Método do Payback e o Fluxo de Caixa esperado. Geralmente, é utilizada a Taxa Mínima de Atratividade (TMA) como parâmetro para a aceitação ou

rejeição de um projeto de investimento, uma vez que calcula o mínimo a ser alcançado pelo investimento para que ele seja economicamente viável para a organização. Essa análise da viabilidade econômico-financeira se torna um parâmetro crucial para se manter a decisão de executar o projeto, já que decisões de investimentos de tomadas de forma intuitiva não irão atingir os resultados esperados.

A TMA coincide na taxa de desvalorização imposta a todo ganho futuro. Sua escolha exige cautela, tendo em vista que a análise de um mesmo investimento pode mostrar diferentes resultados em razão do tipo da TMA utilizada como parâmetro (SOUZA; CLEMENTE, 2004). Tem o intuito de retratar um percentual mínimo que o investidor pretende ganhar quando investe. Santos (2009) relata que “A TMA é única para cada investidor e não existe fórmula matemática para calculá-la, pois ela pode variar com o tempo”. Logo, para cada organização, o cálculo deve ser feito de forma específica.

Para a realização desses cálculos, deve-se levar em consideração todas as taxas de juros praticadas no mercado, para mostrar o quão grande pode ser o impacto ou lucro, pois suas constantes oscilações acabam dificultando o valor exato da mesma, de modo que seu retorno financeiro não seja o valor esperado.

O Fluxo de caixa, para Camargo (2007), refere-se ao conjunto de entradas e saídas de recursos financeiros que juntos formam uma operação financeira. Qualquer organização empresarial é movida à caixa, e é através do fluxo de caixa que se identifica exatamente o quanto está disponível para ser distribuído aos acionistas; aos investimentos, dentre outros.

O VPL é uma ferramenta usada em análises de investimentos que tem o propósito de representar a lucratividade futura do investimento, considerando o tempo e o tamanho do investimento, assim como o custo de oportunidade do capital investido, pois desconta todas as entradas e saídas do fluxo de caixa do projeto.

Para Santos (2009, p. 6), o VPL “É a diferença entre o valor investido e o valor resgatado ao fim do investimento, trazidos ao valor presente.” Se ao final da análise, o saldo for positivo, o valor investido será recuperado e haverá um ganho. Se for zero, é insignificante aplicar ou não o processo, tendo em vista que não terá nenhuma compensação. No caso de VP negativo, o valor resgatado será menor que o investido, caracterizando prejuízo. Para se calcular o VPL de um projeto é

necessário descontar toda entrada e saídas do fluxo de caixa pela taxa estipulada e desse montante subtrair o valor do investimento inicial.

A Taxa Interna de Retorno (TIR), que representa a rentabilidade gerada pelo investimento, é, provavelmente, a mais usada das técnicas de orçamento de capital. Camargo (2007) defende que “A TIR é a taxa de remuneração que se obtém sobre determinado fluxo de caixa.” É um indicador de comparações onde é exposto o potencial de um valor percentual, que se baseia nos fluxos de caixas de entradas e saídas de capital, ou seja, é a medida da remuneração do investimento. Posteriormente a TIR é comparado com a TMA da empresa para verificar o desempenho do projeto. Assim, quando a TIR de um projeto de investimento for maior que a sua TMA, este investimento pode ser considerado vantajoso e trará lucros. Se a TIR for menor que a TMA, este investimento não será vantajoso, pois não compensará o custo de oportunidade da empresa.

Outra medida de risco importante para a tomada de decisão de investimento, é o payback, ou como também é conhecido, PB. Camargo (2007, p. 105) conceitua que: “PB é o tempo de retorno de um investimento, ou seja, o tempo que o investimento inicialmente despendido leva para ser recuperado.”

O payback se refere quantidade de tempo necessária para que se recupere o investimento inicial, sendo que os fluxos são descontados pela TMA. Para se calcular o payback, é necessário somar os valores dos fluxos de caixa positivos até que estes atinjam o valor dos fluxos negativos, resultando numa diferença nula. É fato que o dinheiro tem valor diferente ao decorrer do tempo, por isso, e quanto mais tempo levar um investimento para ser recuperado, mais chances de ocorrer variações nos resultados projetados. (CAMARGO, 2007)

Depois trabalhar cada técnica isoladamente, a entidade deve realizar uma análise completa com todos os métodos de avaliação de fluxos de caixa, objetivando confrontar os resultados e discutir as possíveis decisões financeiras.

2.3.3 Transformando os instrumentos de Contabilidade Socioambiental em Marketing de fortalecimento da marca

Devido ao fácil acesso que os consumidores atuais têm às informações, por meio de portais de transparência e tecnologias que facilitam o fluxo desses dados,

as organizações estão sujeitas a uma espécie de julgamento por meio de seus consumidores, que examinam suas ações em busca de uma empresa que mais se assemelhe aos seus ideais.

A crescente conscientização por parte dos atuais consumidores e a disseminação da educação ambiental nas escolas permite que a empresa possa prever a exigência futura que os consumidores farão em relação à preservação do meio ambiente e à qualidade de vida, para que assim, possa melhorar sua forma de agir (ANTONOVZ, 2014). Com tudo isso, os consumidores vêm buscando cada vez mais informações, investigando não só sobre os diversos produtos que estão a sua disposição, mas também pelas ações e a postura das empresas perante a sociedade, e que se assemelhem aos seus ideais.

Mas para que o consumidor veja essa preocupação por parte da empresa, a equipe de marketing tem que estar em concordância com os objetivos traçados pelo gestor, para que com isso, possa otimizar as estratégias que visam as exigências dos consumidores, a fim de conseguir o sucesso de ambas as partes.

O marketing, segundo Las Casas (2019) é uma atividade de comercialização que se baseia no conceito de troca. A partir do momento em que indivíduos e organizações de uma sociedade começam a apresentar necessidade de determinados produtos e serviços, criaram-se especializações.

Após diversos autores conceituarem marketing, a American Marketing Association o define como “o processo de planejar e executar a concepção, estabelecimento de preços, promoção e distribuição de idéias, produtos e serviços a fim de criar trocas que satisfaçam metas individuais e organizacionais”. Desse modo o marketing atua como uma ferramenta de gestão para conciliar os objetivos econômicos e sociais da entidade para seu crescimento e o crescimento do corpo social onde está contida.

O Marketing destinado para causas sociais pode ser considerado como um instrumento estratégico e de posicionamento que integra uma empresa ou marca a uma questão ou causa social relevante, que será revertida em benefício recíproco. (ROLIM, 2011)

Uma empresa socialmente responsável tem como prioridade trabalhar a base de um desenvolvimento sustentável para poder gerir as suas operações de forma a impulsionar o crescimento econômico e simultaneamente, o avanço local. As

práticas da sustentabilidade são bem vistas e conquistam a admiração do consumidor, começando com eles, uma espécie de diálogo. Com o aumento da sua reputação nas comunidades, as empresas podem melhorar a aquisição de clientes. (KARTAJAYA; SETIAWAN; KOTLER, 2012)

O Marketing Social não deve ser aplicado em uma entidade apenas com o intuito de divulgar suas ações e assim ganhar espaço no mercado. Deve ser usado como forma de propiciar mudanças reais na sociedade e desta forma, atrair a atenção do público. Rolim (2011) acrescenta dizendo que o objetivo principal do Marketing Social é modificar a maneira de percepção de um determinado público quanto a uma questão social e dessa forma proporcionar mudanças de comportamento visando melhorar a qualidade de vida daquela população.

Sendo assim, saber identificar as oportunidades é um quesito crucial para se trabalhar o marketing, portanto, se a organização percebe que há uma demanda social, eventualmente a utilizará para conquistar os seus próprios objetivos estratégicos (BUETTGEN, 2017), tendo em vista que para isso a exigência de profissionais competentes na área é, de fato, muito importante para a entidade, a fim de não causar uma percepção negativa sobre essas práticas. Como salienta Churchill e Peter (2012), os profissionais responsáveis devem examinar todas as dimensões do ambiente externo, buscando informações que possam ajudá-los a identificar as melhores oportunidades para seus mercados, criando valor superior.

Trabalhando com profissionais capacitados, a empresa terá mais facilidade em identificar as oportunidades, sabendo onde investir e no que investir, para que deste modo a sociedade a veja como atuante no ambiente onde está contida. Como ressalta Buettgen (2017, p. 45): “Vender e ganhar dinheiro é o objetivo de qualquer negócio; portanto, identificar formas de aumentar o *marketshare*, sem impactos negativos para quem quer que seja, é uma postura absolutamente ética e compreensível”.

Estar presente, para a imagem da empresa, é um ótimo resultado, contudo, uma empresa, como base de todo o negócio, visa o lucro. “Mas cumprir o seu papel econômico não é suficiente; a gestão das empresas é responsável pelos efeitos da sua operação e atividades na sociedade” (BORGES, 2001). Logo, o equilíbrio dos objetivos da organização é algo de extrema relevância, pois funcionar com base numa atenção fixa em um só ponto, impede que o gestor observe todo o mercado

onde está disposto e conseqüentemente o priva de explorar diversas possibilidades que auxiliariam na superioridade competitiva da instituição.

O comportamento da organização e tudo que molda sua identidade, é o que gera a concepção da marca, ou seja, a imagem da empresa frente a sociedade. Para Soares (2013, p. 43): “A marca de um produto pode ser compreendida como tudo aquilo que ela representa quando é lembrada pelos consumidores.” É através da marca que a empresa consolida seu sucesso. Toda ação tomada corrobora para a construção de uma reputação, um nome, e é baseado nisso que ela deve criar e planejar suas estratégias, pois é fundamental esse valor agregado à sua imagem.

Logo, a organização visa explorar os campos e oportunidades a seu dispor, analisando todas as variáveis por meio de pesquisas que sanem e diminuam suas dúvidas, compondo assim uma estratégia para agir de forma mais responsável com a sociedade e que como resultado, colabore para a marca que a entidade queira construir.

3 METODOLOGIA

A importância sobre a evidenciação da Responsabilidade Social das entidades vem crescendo a cada dia, isso se dá ao fato da sociedade estar mais participativa na vida social. E por isso, as entidades estão começando a se preocupar mais com a questão ambiental e a ter consciência de que são responsáveis pelos seus atos e o quanto esses podem estar diretamente relacionados ao meio ambiente. Diante disso, este trabalho, por meio de embasamento literário, objetiva apontar conceitos, normas, e situações que presam destacar a importância da Contabilidade Socioambiental como estratégia para a organização almejar o seu desenvolvimento. A metodologia utilizada no presente trabalho se caracteriza como pesquisa bibliográfica, feita através de documentos físicos (livros, textos, artigos, revistas, publicações e entre outros); pesquisas virtuais com a utilização dos recursos disponíveis na internet mediante consulta a sites relacionados ao assunto pesquisado; considerando as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Martins e Theóphilo (2016, p. 51) afirmam que: “Uma pesquisa bibliográfica procura explicar e discutir um assunto, tema ou problema com base em referências publicadas em livros, periódicos, revistas, enciclopédias, dicionários, jornais, *sites*, CDs, anais de congressos etc.” Em relação à tipologia, para a pesquisa foi utilizada a abordagem qualitativa, com intenção de obter melhor análise do problema. Por meio destes métodos, procurou-se apresentar os benefícios que a organização terá pela demonstração de suas ações ambientais, proporcionando uma melhoria na imagem com a sociedade em geral, buscando analisar de maneira clara o que a Contabilidade Ambiental poderá auxiliar junto a estes demonstrativos para o desenvolvimento da organização.

Todavia foi dado início ao estudo propriamente dito, sendo dividido metodologicamente em capítulos para melhor abordagem e análise da temática: A importância da Contabilidade Socioambiental e a implementação da Gestão Ambiental dentro das instituições empresariais. A pesquisa considerada exploratória e qualitativa foi aplicada com objetivo de aumentar o conhecimento sobre contabilidade socioambiental, apresentando suas vantagens quando aplicadas às empresas. Este estudo é colabora para a história da Contabilidade Ambiental, pois por meio dele pode-se caracterizar a relevância que o tema tem para as

organizações e também para sociedade. Consequentemente incentiva para que sejam feitas outras pesquisas abordando o tema, devido a amplitude e constante evolução do mesmo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A gestão ambiental não deve ser vista apenas como um custo para a empresa, mas sim como uma oportunidade de crescimento, a fim demonstrar a Responsabilidade Social para melhorar a sua imagem no mercado.

Entende-se que a contabilidade Socioambiental almeja fornecer informações e demonstrativos sobre a eficácia e viabilidade econômica das ações ambientais, podendo identificar e alocar custos ambientais, de forma que as decisões de investimentos estejam baseadas em custos e benefícios adequadamente medidos, permitindo buscar economicamente as reduções de recursos renováveis. Desse modo, todas as informações devem ser publicadas por meio do Balanço ambiental de forma transparente, auxiliando tanto a entidade quanto o contador no seu desempenho direcionado às tomadas de decisões, prestando contas para a sociedade, mostrando sua preocupação com a natureza e o bem-estar de todos, de modo que a empresa solidifica sua marca e suas ações sejam bem vistas, trazendo crescimento e para empresa.

A preocupação ambiental deve vir de contrapartida as empresas que agem com a visão apenas no lucro, uma vez que a prática dessas ações empresariais de maneira caótica trarão consequências para elas mesmas e estabelecerão seu extermínio.

Com a evolução, hoje temos leis, normas e decretos que permitem o melhor acompanhamento do Poder Público, garantindo uma melhor fiscalização e punição para os agentes causadores de atos degradantes. Sendo assim, a Contabilidade Ambiental surge, para tentar garantir a permanência da espécie humana e possibilitar um desenvolvimento sustentável seja na área econômica, como em todo o contexto social.

Nesse cenário, verificou-se que a Contabilidade socioambiental é imprescindível para os gestores de entidades que possuem pensamento em preservar o meio ambiente, em exercer a legislação de maneira ética, impedir prejuízo e se desenvolver economicamente. Essa fonte de informação serve de auxílio aos gestores para tomada de decisões estratégicas, enfatizando às demonstrações contábeis ambientais mostrando como é essencial saber trabalhar em prol de todos buscando práticas ambientais de preservação e correção, evitando

multas e problemas judiciais. Além disso, a empresa receberá visibilidade e com diferencial para a sociedade consumidora, pois com toda essa concorrência, uma entidade cuja o seu papel é trabalhar corretamente e com Responsabilidade Ambiental, a tendência do público é valorizar cada vez mais. Assimilando dessa forma, como a Contabilidade Ambiental é relevante para as empresas que almejam destaque socialmente e ambientalmente.

A contribuição deste trabalho se deve pelo tema ser tão fundamental para a contabilidade, visto que procura enfatizar as ações e investimentos destinados a reverter danos causados ao meio ambiente por parte das entidades. Sua contribuição para a história da Contabilidade Ambiental vem por fomentar o debate sobre um tema tão crucial tanto para as organizações e para o mercado em geral, quanto para a sociedade e as gerações futuras.

Conclui-se, portanto, que a exposição da ferramenta Contabilidade Socioambiental como estratégia de desenvolvimento para as empresas é de extrema importância, sendo necessária a continuidade de pesquisas sobre o tema. Além disso, não se pode negar seus benefícios.

5 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABNT. *Introdução à ABNT NBR ISO 14001:2015*. Disponível em: <<http://www.abnt.org.br/publicacoes2/category/146-abnt-nbr-iso-14001>>. Acesso em 23 de out de 2019.

ALMEIDA, Danilo Sette de. *Recuperação ambiental da Mata Atlântica*. 3 ed. Ilhéus: Editus, 2016. Disponível em: <<http://books.scielo.org/>>. Acesso em 11 de nov de 2019.

ANTONOVZ, Tatiane. *Contabilidade Ambiental*. 1 ed. Curitiba: Intersaberes, 2014. Disponível em: <<https://forumdeconcursos.com/wp-content/uploads/wpforo/attachments/2/2133-CONTABILIDADE-AMBIENTAL-Tatiane-Antonovz.pdf>>. Acesso em 13 de nov de 2019.

BLAZIN, Celestina Crocetta; GODOY, Amália Maria G. *O selo verde: uma nova exigência internacional para as organizações*. In: Encontro Nacional de Engenharia de Produção. São Paulo: ABEPRO, 2000. Disponível em: <<http://www.ciflorestas.com.br/download.php?tabela=documentos&id=918&leitura=s>>. Acesso em 10 de nov de 2019.

BORGER, Fernanda Gabriela. *Responsabilidade Social: Efeitos da Atuação Social na Dinâmica Empresarial*. Tese de doutorado (Pós-Graduação em Economia, Administração e Contabilidade. São Paulo: FEA / USP, 2001. Disponível em: <<https://teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12139/tde-04022002-105347/publico/RSEFGB.pdf>>. Acesso em 13 de nov de 2019.

BRASIL. Decreto nº 97.632, de 10 de abril de 1989. *Dispõe sobre a regulamentação do Artigo 2º, inciso VIII, da Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981, e dá outras providências*. Brasília, DF, abril 1989. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/1980-1989/D97632.htm>. Acesso em 09 de nov de 2019.

_____. Instrução Normativa nº 4 de 13 de abril de 2011. *Procedimentos para elaboração de Projeto de Recuperação de Área Degradada - PRAD ou Área Alterada, para fins de cumprimento da legislação ambiental*. Brasília, 2011. Disponível em: <<https://www.diariodasleis.com.br/busca/exibelink.php?numlink=216807>>. Acesso em 13 de nov de 2019.

_____. LEI Nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998. *Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências*. Brasília, DF. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9605.htm>. Acesso em 03 de nov de 2019.

_____. Resolução CONAMA nº001, de 23 de janeiro de 1986. O CONSELHO NACIONAL DO MEIO AMBIENTE – IBAMA. Publicado no D.O.U. de 17 de fevereiro de 1986. Disponível em https://www.mma.gov.br/estruturas/secex_conjur/arquivos/108_12082008084425.pdf. Acesso dia 15 de outubro de 2019.

BUETTGEN, John Jackson; NASCIMENTO, Juliana Oliveira; RUGGI, Maíra Oliveira; CHARVET, Patricia. *Empreendedorismo, Sustentabilidade e Inovação no Brasil. Prêmio Ozires Silva: 10 anos reconhecendo ideias de valor*. Curitiba: ISAE Escola de Negócios, 2017. Disponível em: <http://www.isaebrasil.com.br/10-anos-do-premio-ozires-silva-compilados-em-um-livro/>. Acesso em 13 de nov de 2019.

CAMARGO, Camila. *Análise de investimentos e demonstrativos financeiros*. Curitiba: IBPEX. 2007. Disponível em: <https://www.passeidireto.com/arquivo/57513894/livro-analise-de-investimentos-1>. Acesso em 13 de nov de 2019.

CARVALHO, Fernanda de Medeiros; SIQUEIRA, José Ricardo Maia de. *Regulamentações Brasileiras do Balanço Social*. São Paulo: Anais Congresso USP de Contabilidade e Controladoria, 2005. Disponível em: <https://docplayer.com.br/>. Acesso em 29 de out de 2019.

CARVALHO, Gardênia Maria de Braga. *Contabilidade ambiental - Teoria e Prática*. Curitiba: Juruá, 2012.

CHURCHILL, Gilbert A.; PETER, J. Paul. *Marketing: criando valor para os clientes*. 3 ed. São Paulo: Saraiva, 2012.

COMUNICADO TÉCNICO IBRACON Nº 07/2012. Disponível em: <http://www.ibracon.com.br/ibracon/Portugues/lisPublicacoes.php?codCat=1&pagina=2>. Acesso em 14 de out de 2019.

FERREIRA, Aracéli Cristina de Souza. *Contabilidade Ambiental: Uma informação para o Desenvolvimento Sustentável*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

HANASHIRO, Darcy Mitiko Mori; TEIXEIRA, Maria Luísa Mendes; ZACCARELLI, Laura Menegon. *Gestão do fator humano: uma visão baseada nos stakeholders*. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2008. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/>. Acesso em 30 de out de 2019.

ISO. Application of the ISO 14000 family, que estabelece as diversas normas da família ISO 14000, 2009. Disponível em: <<https://www.iso.org/home.html>>. Acesso em 23 de out de 2019.

KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan; KOTLER, Philip. *Marketing 3.0: as forças que estão definindo o novo marketing centrado no ser humano*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>>. Acesso em 15 de set de 2019.

KRAEMER, Maria Elizabeth Pereira. *Contabilidade Ambiental – Passaporte para Competitividade*. Revista Catarinense da Ciência Contábil, Florianópolis, Santa Catarina: 2000. Disponível em: <<http://revista.crcsc.org.br/index.php/CRCSC/article/view/971/907>>. Acesso em: 17 out de 2019.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. *Administração em Marketing*. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/>>. Acesso em 13 de nov de 2019.

MACHADO, Willian Maiate. *Responsabilidade Social nas empresas que compõem o Índice de Sustentabilidade Empresarial da BOVESPA – ISE*. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/125610>>. Acesso em 15 de set de 2019.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPLICO, Carlos Renato. *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas*. 3. Ed. São Paulo: Atlas, 2016. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/>>. Acesso em 13 de nov de 2019.

MOURA, Adriana Maria Magalhães de. *O mecanismo de rotulagem ambiental: Perspectivas de aplicação no Brasil*. Boletim Regional, Urbano e Ambiental 07. Brasília: Ipea, 2013. Disponível em: <<http://repositorio.ipea.gov.br/>>. Acesso em 10 de nov de 2019.

NASCIMENTO, Luis Felipe M.; POLEDNA, Silvia R. Caballero. *O Processo de Implantação da ISO 14000 em Empresas Brasileiras*. Curitiba: XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2002. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2002_tr102_0937.pdf>. Acesso em: 23 de out de 2019.

NAHUZ, Marcio Augusto Rabelo. *O Sistema ISSO 14000 – E a Certificação Ambiental*. São Paulo: RAE - Revista de Administração de Empresas, v. 35, 1995. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n6/a07v35n6.pdf>>. Acesso em 18: de out de 2019.

NETO, José Marinho. *Balanço Social: Uma ferramenta de competitividade organizacional*. Monografia (Pós-Graduação em MBA em Gestão Empresarial). Centro Universitário Católico Salesiano Auxilium, São Paulo, 2010. Disponível em: <<http://www.unisalesiano.edu.br/biblioteca/monografias/49735.pdf>>. Acesso em 28 de out de 2019.

PEREIRA, Anísio C.; MELO, Sílvia B.; SLOMSKI, Vilma G.; WEFFORT, Elionor F. J. *Percepções dos gestores sobre as contribuições do processo de certificação ISO 14001 nas práticas de gestão ambiental*. São Paulo: Revista de Contabilidade e Organizações 17, 2013. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rco/article/view/56665/pdf_10>. Acesso em 23 de out de 2019.

PHILIPPI JR, Arlindo; SAMPAIO, Carlos Alberto Cioce; FERNANDES, Valdir. *Gestão empresarial e sustentabilidade*. São Paulo: Manole, 2017. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/>>. Acesso em: 12 de nov de 2019.

PINTO, Marcos Moreira; LUMI, Cassiano Tiago; GUTH, Sergio Cavagoli; ROCHA, Elisabeth T. Pereira; FERNANDES, Antonio Jorge. *Retorno financeiro gerado por projetos de proteção ao meio ambiente*. Belo Horizonte: XVII Congresso Brasileiro de Custos, 2010. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/>>. Acesso em 07 de nov de 2019.

PREUSSLER, Maria Fernanda; MORAES, Jorge André Ribas; VAZ, Marquion; LUZ, Eduardo; NARA, Elpidio Oscar Benitez. *Rotulagem Ambiental: Um Estudo Sobre a NBR 14020*. XIII SIMPEP – Bauru, SP, Brasil, 06 a 08 de novembro de 2006. Disponível em: <http://www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais_13/artigos/694.pdf>. Acesso em 10 de nov de 2019.

RIBEIRO, Maísa de Sousa. *Contabilidade ambiental*. 2ª ed. São Paulo: Saraiva. 2010. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/>>. Acesso em: 24 de out de 2019.

_____. *Custeio das Atividades de Natureza Ambiental*. Trabalho de conclusão de curso (Monografia) – Curso de Pós-Graduação em Contabilidade e Controladoria, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1998. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-04102007-142546/publico/tese_Custeio_das_Atividades_de_Natureza_Ambiental.pdf>. Acesso em 15 de out de 2019.

_____. *O custeio por atividades aplicado ao tratamento contábil dos gastos de natureza ambiental*. Caderno de Estudos nº19, São Paulo, 1998. Disponível em <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-04102007-142546/publico/tese_Custeio_das_Atividades_de_Natureza_Ambiental.pdf>. Acesso em: 17 out de 2019.

ROCHA, Thelma; GOLDSCHMIDT, Andrea. *Gestão dos stakeholders*. São Paulo: Saraiva, 2010. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/>>. Acesso em 28 de out de 2019.

RODRIGUES, Kênia Fernandes de Castro; ROZENFELD, Henrique. *Análise de Viabilidade Econômica*. São Paulo: Grupo Engenharia Integrada e Engenharia de Integração – Depto de Engenharia de Produção Escola de Engenharia de São Carlos – Universidade de São Paulo, 2008. Disponível em: <<http://www.portaldeconhecimentos.org.br/index.php/por>>. Acesso em 08 de nov de 2019.

ROLIM, Bruno de Freitas. *A importância do Marketing Social para as organizações*. Trabalho de conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA. Assis, 2011. Disponível em: <<https://cepein.femanet.com.br/BDigital/arqTccs/0921260027.pdf>>. Acesso em 13 de set de 2019.

SALES, Adriana Aparecida; OLIVEIRA, Érica Lacerda. *A contabilidade ambiental e os impactos do sistema de gestão nos resultados da empresa*. Monografia (Graduação em Administração). Universidade Federal Fluminense Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Florianópolis, Volta Redonda, 2016. Disponível em: <<https://app.uff.br/riuff/>>. Acesso em 15 de out de 2019.

SANTOS, Ieda Maria Antunes dos. *Análise de investimentos*. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Matemática Aplicada e Computacional) – Universidade Estadual de Campinas, 2009. Disponível em: <http://vigo.ime.unicamp.br/Projeto/2009-2/MS777/ms777_ieda.pdf>. Acesso em 08 de nov de 2019.

SCHORN, Lauri Amândio. *Estrutura e dinâmica de estágios sucessionais de uma floresta ombrófila densa em Blumenau, Santa Catarina*. Tese (Doutorado em Ciências Florestais) – Programa de Pós-Graduação em Engenharia Florestal, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2005. Disponível em: <<https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/2214/0206-D.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em 03 de nov de 2019.

SOARES, Cinara Lia ZiottiBohn. *Estratégias para agregar valor à marca na indústria do vestuário – O caso da Dziotti*. Ijuí: Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul, 2013. Disponível em: <<http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1942/cinara%20tcc.pdf?sequence=1>>. Acesso em 13 de nov de 2019.

SOUZA, Alceu; CLEMENTE, Ademir. *Decisões financeiras e análise de investimentos*. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

STEIN, Ronei Tiago. *Recuperação de áreas degradadas*. Porto Alegre: SAGAH, 2017. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/>>. Acesso em 03 de nov de 2019.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. *Balanço Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações*. 1 ed. São Paulo: Atlas, 2001.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. *Balanço Social e o Relatório da Sustentabilidade*. São Paulo: Atlas, 2010. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/>>. Acesso em 19 de set de 2019.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio; KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. *Contabilidade ambiental e gestão ambiental*. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2011. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/>>. Acesso em: 24 de out de 2019.

TORRES, Vidal Félix Navarro; GAMA, Carlos Dinis da. *Engenharia Ambiental Subterrânea e Aplicações*. Rio de Janeiro: CETEM/CYTED, 2005. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=upn5gepSx3kC&pg=PA51&dq=Qualidade+Ambiental+Iso+14000&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwjF4pOpmLjIAhV9G7kGHdMBCSIQ6wEIVjAG#v=onepage&q=iso%2014000&f=false>>. Acesso em: 25 de out de 2019.