

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS, ADMINISTRAÇÃO E IMOBILIÁRIAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

MAYLZE VIANA BRANDÃO

**A CONTABILIDADE AMBIENTAL E A SUA UTILIZAÇÃO PARA EVIDENCIAR
AS INFORMAÇÕES AMBIENTAIS NA ORGANIZAÇÃO: uma análise na empresa
Natura no período de 2019 a 2021**

SÃO LUÍS

2022

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS, ADMINISTRAÇÃO E IMOBILIARIAS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

MAYLZE VIANA BRANDÃO

**A CONTABILIDADE AMBIENTAL E A SUA UTILIZAÇÃO PARA EVIDENCIAR
AS INFORMAÇÕES AMBIENTAIS NA ORGANIZAÇÃO: uma análise na empresa
Natura no período de 2019 a 2021**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a
Universidade Federal do Maranhão - UFMA para
obtenção do grau de Bacharelado em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Me. Lucio Gemaque Souza

SÃO LUÍS

2022

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Brandão, Maylze Viana.

A Contabilidade Ambiental e a sua utilização para evidenciar as informações ambientais na organização : uma análise na empresa Natura no período de 2019 a 2021 / Maylze Viana Brandão. - 2022.

48 f.

Orientador(a): Lucio Gemaque Souza.

Monografia (Graduação) - Curso de Ciências Contábeis, Universidade Federal do Maranhão, São Luis, 2022.

1. Contabilidade Ambiental. 2. Empresa. 3. Gestão. 4. Tomada de decisões. I. Souza, Lucio Gemaque. II. Título.

MAYLZE VIANA BRANDÃO

**A CONTABILIDADE AMBIENTAL E A SUA UTILIZAÇÃO PARA EVIDENCIAR
AS INFORMAÇÕES AMBIENTAIS NA ORGANIZAÇÃO: uma análise na empresa
Natura no período de 2019 a 2021**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado a
Universidade Federal do Maranhão - UFMA para
obtenção do grau de Bacharelado em Ciências Contábeis.

Aprovada em / /

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Lucio Gemaque Souza
Universidade Federal do Maranhão

Prof. Esp. Manoel Rubim da Silva
Universidade Federal do Maranhão

Prof^a. Dra. Darliane Ribeiro Cunha
Universidade Federal do Maranhão

RESUMO

Para as empresas, a responsabilidade social pode ser vista como uma estratégia a mais para manter ou aumentar sua rentabilidade e potencializar o seu desenvolvimento. Nesse ínterim, o maior desafio, quando se trata de discutir a questão ambiental, é o de compatibilizar o crescimento econômico com a preservação ambiental. O modelo mais usado pelas empresas para atingir este objetivo é a implantação da Gestão Ambiental, isto é, método pelo qual eles controlam o impacto de suas atividades produtivas sobre o meio ambiente, a Contabilidade como ciência apresenta condições, por sua forma sistemática de registro e controle, de contribuir de forma positiva no campo de proteção ambiental, observa-se, no entanto, que poucas empresas no Brasil, utilizam a contabilidade na sua gestão ambiental para a tomada de decisões. A presente pesquisa, tem como objetivo geral: analisar como a contabilidade ambiental auxilia na evidenciação das informações ambientais na empresa Natura no período de 2019 a 2021. Para o alcance dos objetivos propostos, realizou-se uma pesquisa qualitativa baseada em dados secundários para compor o referencial teórico e posteriormente, um estudo de caso, baseando-se nas principais estratégias e ações da empresa Natura, com base nos relatórios anuais, divulgados entre 2019 e 2021. Como resultado, percebeu-se que a empresa em questão, está agindo de maneira responsável com questões voltadas ao meio ambiente, e o principal motivo desta prática é a exigência do mercado, tanto interno como externo, e a conscientização da sociedade brasileira. Percebeu-se ainda, o uso da contabilidade no Sistema de Gestão. Entende-se que a contabilidade ambiental possui potencial para auxiliar os gestores nesta tarefa, basicamente ela pode ser usada para demonstrar a responsabilidade ambiental da empresa, através da utilização de relatórios contábeis onde deverão ser evidenciados, de forma transparente, os gastos com o controle ambiental.

Palavras-chave: Contabilidade Ambiental. Empresa. Gestão. Tomada de decisões.

ABSTRACT

For companies, social responsibility can be seen as an additional strategy to maintain or increase their profitability and enhance their development. Meanwhile, the biggest challenge when it comes to discussing the environmental issue is to make economic growth compatible with environmental preservation. The model most used by businesses to achieve this goal is the implementation of environmental management, that is, the method by which they control the impact of their productive activities on the environment, However, it is observed that few companies in Brazil use accounting in their environmental management for decision making. The present research, has as its general objective: to analyze how environmental accounting assists in the evidencing of environmental information in the Natura company in the period from 2019 to 2021. To achieve the proposed objectives, a qualitative research was conducted based on secondary data to compose the theoretical framework and subsequently, a case study, based on the main strategies and actions of the company Natura, based on the annual reports, released between 2019 and 2021. As a result, it was noticed that the company in question is acting responsibly with issues related to the environment, and the main reason for this practice is the demands of the market, both internally and externally, and the awareness of the Brazilian society. The use of accounting in the management system was also noticed. It is understood that a ambiental contabilidade has potencial para auxiliar managers nesta tarefa, basicaly ela can be usada parara demonstrar a ambiental responsabilidade ofa business, artravés da utilization of accounting reports where the costs with environmental control should be evidenced in a transparent way.

Keywords: Environmental Accounting. Company. Management. Decision-making.

LISTAS DE FIGURAS

Figura 1. Tripé da sustentabilidade	14
Figura 2. Tipos de Contabilidade ambiental	20
Figura 3. Interesses de cada partícipe	22
Figura 4. Programas realizados pela empresa	31
Figura 5. Plástico Verde	33
Figura 6. Visão Sustentabilidade.....	35
Figura 7. Indicadores ambientais.....	37
Figura 8. Stakeholdes	39
Figura 9. Principais motivos para o certificado B Corp	40

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: uma abordagem nas empresas	11
2.1 Tripé da sustentabilidade: social, econômico e ambiental.....	13
2.2 Responsabilidade Social	15
3 OS NOVOS DESAFIOS DA CONTABILIDADE.....	18
3.1 Aspectos gerais e conceituais da contabilidade.....	18
3.2 Contabilidade Ambiental: conceito e objetivos	19
3.3 Influência da contabilidade ambiental na gestão sustentável das empresas.....	23
3.4 Vantagens da utilização da Contabilidade Ambiental	26
4 METODOLOGIA.....	28
5 ESTUDO DE CASO	30
5.1 Dados oficiais	30
5.2 Características e processo histórico da empresa	30
5.3 Ações ambientais e seus impactos	33
6 RESULTADOS E DISCUSSÕES	35
7 CONCLUSÃO.....	43
REFERÊNCIAS	45

1 INTRODUÇÃO

Há uma consciência quase universal que os recursos naturais são limitados, a preocupação com o meio ambiente está presente em toda a sociedade e é diretamente proporcional aos interesses de seus agentes (PEREIRA; DA SILVA; CARBONARI, 2017). O aumento da consciência ambiental, ao transformar os padrões de consumo, formou uma das mais importantes armas em defesa do meio ambiente. Quando a empresa procura criar oportunidades através de ações legítimas e verdadeiras, essas ações tendem a favorecer ainda mais a consciência ambiental, gerando um círculo virtuoso, na qual as ações mercadológicas, marketing verde, como querem alguns, torna-se um instrumento de educação ambiental.

O modelo mais usado pelas empresas para atingir este objetivo é a implantação da Gestão Ambiental, isto é, método pelo qual eles controlam o impacto de suas atividades produtivas sobre o meio ambiente (ALVES, 2012). Sabe-se que as empresas estão inseridas em um contexto onde a adoção de políticas e diretrizes de gestão ambiental são imprescindíveis na condução dos negócios, a empresa pratica e é submetida a uma série de eventos de natureza ecológica, que são refletidos em seu patrimônio de forma variada.

Nesse ínterim, o maior desafio, quando se trata de discutir a questão ambiental, é o de compatibilizar o crescimento econômico com a preservação ambiental. As demonstrações contábeis podem ser o canal adequado para tais evidências, principalmente por que nestes estão envolvidas todas as informações pertinentes a situação patrimonial e desempenho da empresa em um determinado período (SILVA, 2019). A adição das informações de natureza ambiental viria a enriquecer tais demonstrações, como também permitiria aos usuários melhores condições de acesso à informação para avaliar a grandeza dos investimentos ambientais.

A Contabilidade como ciência apresenta condições, por sua forma sistemática de registro e controle, de contribuir de forma positiva no campo de proteção ambiental, com dados econômicos e financeiros resultante das interações das entidades que se utilizam da exploração do meio ambiente. Especificamente, tal conjunto de informações é denominado de “Contabilidade Ambiental” (JÚNIOR, 2022).

A contabilidade ambiental identifica os custos, despesas e possíveis receitas ambientais correlacionados a atividade da empresa e demonstra todo o patrimônio ambiental da mesma, ou seja, ativo e passivo. São várias as informações fornecidas pela contabilidade ambiental, dentre as quais se destacam: Análise de riscos; a elaboração de demonstrativos que auxiliam nas tomadas de decisões; as apurações das contingências ambientais, destacando-se nas demonstrações contábeis e realização de atividades voltadas para a sociedade com relação à

conservação e preservação do meio ambiente (JÚNIOR, 2022).

Dessa forma, a participação da contabilidade torna-se importante, pois vai despertar o interesse para as questões ambientais, ajudando a classe empresarial a implementarem sua gestão empresarial a variável ambiental, não apenas para constar na legislação, mas por uma verdadeira conscientização ecológica, pois somente desta maneira, será possível transmitir para a sociedade sua seriedade, através de uma conduta de meios legais, consequentemente melhorando sua imagem e competitividade (FLOR; EUGÊNIO, 2010).

Diante da relevância da temática, questiona-se: Como a utilização da contabilidade ambiental poderá evidenciar as informações ambientais na empresa Natura no período de 2019 a 2021?

Observa-se, que poucas empresas no Brasil, utilizam a contabilidade na sua gestão ambiental, portanto o principal objetivo geral deste estudo é: analisar como a contabilidade ambiental auxilia na evidenciação das informações ambientais na empresa Natura no período de 2019 a 2021.

Para tanto, delimitou-se os seguintes objetivos específicos: Apresentar conceitos e histórias da gestão ambiental; relatar os problemas ambientais na sociedade no cenário atual; averiguar o que é contabilidade ambiental e sua contribuição nas organizações; discutir as consequências dos impactos ambientais e dos custos para a empresa.

Assim, os procedimentos utilizados neste estudo foram bibliográficos e de estudo de caso, onde utilizou-se procedimentos técnicos baseados em livros, periódicos e artigos publicados. O presente estudo explorou as informações, estratégias e relatórios divulgados anualmente pela empresa Natura Cosméticos S.A. relativos ao ano de 2019 a 2021. Os dados bibliográficos e documentais foram organizados e analisados por meio de procedimentos de pesquisa.

Esse trabalho justifica-se pela importância do uso da contabilidade no Sistema de Gestão Ambiental. Entende-se que a contabilidade ambiental possui potencial para auxiliar os gestores, basicamente ela pode ser usada para demonstrar a responsabilidade ambiental da empresa, através da utilização de relatórios contábeis onde deverão ser evidenciados, de forma transparente, os gastos com o controle ambiental. A contabilidade ambiental possui um grande potencial dentro de um sistema contábil, quer seja este público ou privado, estando sempre atenta a particularidades de seus próprios usuários, procura fornecer informações que atendam às suas necessidades.

2 DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL: uma abordagem nas empresas

O presente capítulo, versa sobre os principais aspectos relacionados ao desenvolvimento sustentável. Realiza-se assim, pontuações sobre o tripé da sustentabilidade e responsabilidade social e sobre as funções.

O termo “Desenvolvimento sustentável” tem sua origem no pensamento ecologista de Ernst Haeckel em 1866, com a criação da palavra ecologia, mas autores norte-americanos e europeus consideram a década de 1970 como o marco inicial desse movimento. A Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (CNUMAD), realizada no Rio de Janeiro em 1992 tornou o assunto mais popular com a apresentação de um diagnóstico dos problemas globais ambientais, conhecido como “Relatório Brundtland” (CASAGRANDE, 2014).

A interpretação do termo desenvolvimento normalmente está aliada às questões econômicas, retratadas pela evolução de indicadores de produção, acumulação e avanço tecnológico, que traduzem a eficiência, produtividade e satisfação das necessidades humanas. Segundo Tinoco e Kraemer (2016), foi após a década de 70 que começa a se estabelecer a consciência de que as raízes dos problemas ambientais estariam nas formas de desenvolvimento tecnológico e econômico, sendo impossível o tratamento das questões, sem uma reflexão e consequente ação sobre este modelo de desenvolvimento proposto. Assim, as chamadas políticas de meio ambiente não podem ser tratadas à margem dos processos de ação coletiva e de organização econômica.

Nesse ínterim, o desenvolvimento sustentável passou a ser incorporado nas estratégias de gestão das empresas, que preocupam com a qualidade de vida dos seus *stakeholders*, o meio ambiente e com as gerações futuras. A sustentabilidade das ações empresariais transformou num desafio para os dirigentes que apostam na qualidade de vida das pessoas, e que têm a consciência de que hoje o lucro tornou-se insuficiente para a sobrevivência das organizações principalmente para as empresas privadas (PINTO; RIBEIRO, 2014).

De acordo com Jabbour; Santos e Barbieri (2008), a responsabilidade social incorporada aos negócios é relativamente recente, principalmente quando se fala de países em vias de desenvolvimento, um dos traços de maior impacto da recente evolução da economia mundial tem sido a integração dos mercados e a queda das barreiras comerciais. Com estas transformações, todas as organizações viram-se voltadas a uma nova realidade, que significou a inserção numa escala de competição nunca antes vista. Ainda na mesma temática, os autores colocam, que as empresas viram-se em um curto espaço de tempo compelidas a mudar radicalmente as suas

estratégias de negócio e padrões de gerência para enfrentar os desafios e aproveitar as oportunidades decorrentes da ampliação dos seus mercados potenciais, do surgimento de novos concorrentes e novas demandas da sociedade.

Gomes e Melo (2019), ainda esclarecem que alteram-se assim os papéis das empresas e das pessoas e redefinem-se a noção de cidadania constituindo-se modalidades inovadoras de direitos colectivos. Como resposta, as empresas passaram a investir em qualidade, num aprendizado dinâmico que se volta inicialmente para os produtos, evolui para a abordagem dos processos, até chegar ao tratamento abrangente das relações compreendidas na atividade empresarial, com os empregados, os fornecedores, os consumidores e clientes, a comunidade, a sociedade e o meio ambiente.

Ainda de acordo com os autores é neste contexto que as empresas passam a ter como principal desafio a conquista de níveis cada vez maiores de competitividade, introduzindo a preocupação crescente com a legitimidade social da sua atuação, como pode ser observado na seguinte afirmação: “as empresas começam a descobrir que ser socialmente responsável pode se tornar uma vantagem competitiva no seio desta mesma esclarecida e exigente sociedade” (SALGADO; COLOMBO, 2015, p. 67).

Segundo Silva (2012), percebe-se que as empresas estão iniciando um processo de sensibilização quanto a questão ambiental e refletindo a importância desse aspecto no cenário empresarial globalizado. Pois muitas empresas encaram a questão ambiental como um mal necessário, já as outras empresas que conseguiram absorver a prática das ações socioambientais veem a chamada Administração Verde, como um tipo de vantagem ou estratégia competitiva, já que para o autor Moraes (2014), um dos principais motivos que levam as empresas a adotar os princípios do desenvolvimento sustentável é a necessidade de sobrevivência num mercado cada vez mais procurado com estas questões.

O desafio das empresas que buscam o desenvolvimento sustentável é desenvolver novas formas de operar em harmonia com a sociedade, clientes, governo, fornecedores e outras partes interessadas, incluindo os concorrentes e o ambiente em que atua.

A mudança dos padrões de produção e consumo é um ponto crucial para que as sociedades caminhem na direção do desenvolvimento sustentável, devido aos padrões insustentáveis de produção e consumo, o desenvolvimento de políticas e estratégias nacionais de estímulo a mudança nos padrões insustentáveis de consumo e estratégias para acalorar o uso mais eficiente da energia e dos recursos.

Dessa forma, uma empresa sustentável é aquela que contribui para o desenvolvimento sustentável global, através da geração de benefícios econômicos, ambientais e sociais. Diante

disso, a empresa fica na possibilidade de receber uma certificação ou então “selo verde” chamada ISO 14000 – que está relacionado com os métodos de qualidade sob o meio ambiente feito pelas entidades, ou seja, busca avaliar se a empresa é “limpa” e obedecem às normas legais.

Porém, possuir a certificação não indica dizer que a empresa não polui, mas ameniza em demonstrar que a mesma pelo menos está preocupada com o meio ambiente, e isso facilita na obtenção de financiamentos para investir junto aos bancos, pois mostra qualidade e produtividade significa dizer menor desperdício, uso coerente de recursos para ter maiores lucros que apenas será possível se disponibilizarem menor custo, preço e vendas compatíveis.

2.1 Tripé da sustentabilidade: social, econômico e ambiental

O termo sustentabilidade, cunhado em meados dos anos 80, tem sido tema habitual na mídia de maneira geral, neste sentido, pode-se entender sustentabilidade como a condição que um determinado sistema de sustentar-se por um determinado tempo sem comprometer a sustentação de outros sistemas, seja no mesmo período de tempo, seja em um tempo posterior.

Em outras palavras, pode-se dizer que sustentabilidade é a capacidade dos seres humanos interagirem com o meio ambiente sem que haja prejuízo do mesmo e para as gerações futuras (HELLVIG; FLORES-SAHAGU, 2020). Por outro lado, ao observar-se o agravamento das mudanças climáticas e da escassez de certos recursos, tendo em vista os impactos causados pelo modelo vigente de crescimento populacional e pelo crescimento econômico, o conceito de sustentabilidade passou a referir-se não apenas ao ambiente natural, mas também à economia e a sociedade. Isso levou a ampliação do conceito sendo agora uma capacidade do ser humano de interagir com o meio ambiente, com a economia e com a sociedade sem que haja prejuízo às gerações futuras.

Segundo Barbosa (2007), os componentes básicos do desenvolvimento sustentável incluem: crescimento econômico, proteção ambiental e igualdade social. Esses fundamentos, aliados a uma mudança no paradigma das empresas com foco único no lucro, vivenciaram o conceito de sustentabilidade, resultando no TBL ou *triple bottom line* da sustentabilidade.

Desta forma, construiu-se o conceito do tripé da sustentabilidade como pode-se observar na figura 1.

Figura 1. Tripé da sustentabilidade

Fonte: Barbosa (2007).

Estas dimensões formam um alicerce no qual deve estar embasado uma nova forma de desenvolvimento, o desenvolvimento sustentável. No que tange este último, é necessário levar em conta a diferença entre crescimento e desenvolvimento, sendo o primeiro visto como a expansão de recursos financeiros, independente da estratégia usada para obtê-lo.

De outra forma, o crescimento também passa pela expansão da população que passa a ocupar maior fatia do globo, aumentando a necessidade de novos espaços, que acabam por ser ocupados de maneira desordenada. Todo este crescimento, que é intensivo em tecnologia, seja para a expansão da produção industrial, no sentido de aumentar a quantidade de produto sem levar em conta a escassez dos recursos naturais, seja para a expansão da produção agrícola, no sentido de substituir a vegetação nativa por culturas agressivas ao meio ambiente (ORSIOLLI, 2016). O desenvolvimento sustentável, entretanto, deve partir do princípio de que é necessário haver um crescimento apoiado na equidade social, no crescimento econômico e na preservação dos recursos naturais.

A sustentabilidade ambiental é um ideal sistemático que se realiza pela ação e pela incessante busca entre o desenvolvimento econômico e, concomitantemente, a preservação do ecossistema. É possível citar medidas que estão no foco da sustentabilidade ambiental: a aquisição de medidas que sejam realistas para os setores das atividades humanas.

Segundo Da Silva (2021), as empresas devem operar de maneira a garantir geração de valor econômico duradouro, evitando comportamentos socialmente perniciosos e

ambientalmente dilapidadores.

Sua aplicação pode ser realizada em variados níveis, mas a que recebe maior destaque e também é a mais utilizada, é a utilização de energias limpas e renováveis. Outros exemplos de atitudes sustentáveis são: racionamento e reaproveitamento de água, uso de sacolas biodegradáveis, melhor utilização da matéria prima para evitar desperdícios, respeito às leis que garantem a total segurança dos funcionários, entre outras.

2.2 Responsabilidade Social

Segundo Tenório (2015), a responsabilidade social passa a existir a partir de um comprometimento da empresa com a sociedade, na qual a sua operacionalização vai além das suas funções básica como gerar impostos, lucros e empregos. O papel social das organizações está relacionado na sua atuação ética com o desenvolvimento ecológico, econômico e social. Ainda para o autor, na atualidade as empresas adotam essa postura com o propósito de corresponder esses aspectos sendo premissas básicas para o atual contexto da sociedade.

Pereira; Da Silva, e Carbonari (2015) esclarecem que uma organização consciente da sua responsabilidade social para com a comunidade, não pode limitar-se em atender somente as demandas organizacionais e muito menos achar que o seu conceito só abrange a satisfação das necessidades dos seus funcionários, mas sim indo mais além, incluindo a sua família e a comunidade a seu redor.

Conforme Tenório (2015, p. 46) responsabilidade social é:

[...] o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando simultaneamente a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo.

Assim, o conceito de responsabilidade social é muito mais amplo do que um simples investimento em uma área aleatória, sendo que o conceito “responsabilidade social” deve ser entendido como resultado de ações que envolvem todos os colaboradores e integrantes da empresa, resultando em melhorias para eles próprios, para as pessoas envolvidas direta ou indiretamente com a empresa e para a sociedade como um todo, em seus mais diversos níveis.

Avendaño e William (2012), afirmam que a responsabilidade social está inerente a uma ação compromissada diariamente, associada a um objetivo de transformação social aplicada por um modelo de gestão inovador. Para um resultado positivo e que atenda as expectativas do comprometimento constante e mudanças sociais, essas operações nas empresas são utilizadas como estratégias que colaboram para o resultado de suas atividades e contribuições sociais, gerando oportunidades e novos conceitos de coordenação das empresas.

Na atualidade, a responsabilidade social tem-se tornado num tema com maior importância devido às novas exigências sociais e ambientais. É vista pela maior parte das empresas como um meio para alcançar o êxito a longo prazo (e até mesmo para a sua própria sobrevivência), e não como um custo ou uma mera preocupação sem aplicação prática. “A sociedade exige que as empresas prestem contas da forma como estão a contribuir para ajudarem na solução dos problemas sociais e ambientais” (MOTA, 2015 p. 315).

Os *stakeholders* (acionistas, trabalhadores, consumidores, fornecedores, prestadores de serviços, investidores, comunidade, governo e meio ambiente), devem exigir às empresas transparência sobre o seu desempenho social e ambiental, através da publicação de relatórios de informação e ao mesmo tempo incentivar as empresas a adotar posturas responsáveis nesses domínios.

Uma empresa que se caracteriza como socialmente responsável segundo as abordagens de revista Plug 2000 (2000, p.36), deve tomar em conta alguns aspectos que dizem respeito ao seu relacionamento com os diferentes públicos. Assim sendo. Segundo o artigo “Tudo Pelo Social” publicado pela mesma revista, uma empresa socialmente responsável é aquela em a relação aos vários elementos como mostra a Tabela 1 deve se apresentar.

Tabela 1. Características de uma empresa socialmente responsável

CARACTERÍSTICAS DE UMA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL	
Comunidade	<ul style="list-style-type: none"> ● Recruta funcionários em comunidades carentes ● Estimula o trabalho voluntário ● Apoio ações sociais ● Usa serviços de organizações comunitárias
Funcionários	<ul style="list-style-type: none"> ● Contrata pessoas com experiência e perspectivas diferentes ● Evita demissões ● Cria programas de participação nos lucros e resultados ● Apoia a inserir os filhos dos trabalhadores na escola ● É flexível e oferece ajuda para a solução de problemas
Meio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> ● Cria um código de reciclagem ● Usa iluminação inteligente e instala acessórios para a economia de água ● Promove o uso de transporte alternativo
Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> ● Respeita a privacidade dos clientes ● Utiliza anúncios que transmitem modelos positivos e hábitos saudáveis ● Disponibiliza o maior número de informações possíveis para o consumidor
Fornecedores	<ul style="list-style-type: none"> ● Evita negociar com empresas que não são éticas ● Estimula os seus parceiros a contribuírem em causas sociais

Fonte: Barbosa (2007).

A responsabilidade social é vista também como um modelo de gestão revitalizado pela necessidade da sociedade, a interação dos objetivos da empresa junto ao comprometimento do benefício coletivo é usada para equilibrar o propósito dos envolvidos.

Contudo, a responsabilidade social é um dos pré-requisitos básicos para a existência de uma empresa. A esta temática não se parte apenas de questões de conscientização da própria organização, e sim do que é imposto civilmente partindo da necessidade de cobrar o aperfeiçoamento e melhor desenvolvimento da empresa visando o bem-estar social e ambiental, e também das cobranças e exigências dos *stakeholders*.

O que se discute atualmente, é que a empresa não pode somente visar a lucros, em seu relacionamento com a sociedade existem obrigações implícitas, tais como: a preservação do meio ambiente mediante uso adequado dos recursos naturais e investimentos em processos produtivos compatíveis com a conservação ambiental, a criação e manutenção de empregos, a contribuição para a formação profissional visando à qualificação, a qualidade dos produtos e serviços que oferece ao mercado, e outras que não são exigidas por lei, mas que são esperadas de uma empresa socialmente responsável.

Na visão de Dias (2014), a responsabilidade social, em sentido estrito, deve ser entendida como a obrigação que tem a organização de responder por ações próprias ou de quem a ela esteja ligada. A partir desta ideia é possível compreender que uma organização é também um agente de transformação social, em sentido de que influencia e sofre influências dos atores da sociedade. Neste contexto, o caminho para uma sociedade sustentável requer uma nova perspectiva sobre os impactos das decisões e ações de todos os agentes sociais.

Para aplicação da responsabilidade social, deve-se desenvolver um processo dinâmico, aonde envolve as questões de mudanças de pensamentos e comportamentos, essas mudanças estão relacionadas em um conjunto, pois entende que a responsabilidade social está dividida em três partes; pessoas, meio-ambiente e ambiente, pode-se também dizer que esta amplitude envolve diversos segmentos da sociedade, e influência em fatores de origem econômica, política e cultural.

De acordo com Rabelo e Silva (2016), a responsabilidade social empresarial é um tema de grande relevância nos principais centros da economia mundial. No entanto, para uma organização ser responsável, ela necessita criar e sustentar condições nas quais as pessoas provavelmente se comportarão, através de medidas ativas para garantir-se no caminho ético.

Neste sentido, para Borges et al., (2013) o maior desafio ético é preservar o maior valor que é a vida, não só do ser humano, mas do próprio meio ambiente. O comportamento socialmente responsável das organizações é, sem dúvida alguma, uma base para ter-se uma sociedade sustentável. Se as organizações buscarem criar valor, não para si, mas para os públicos com os quais ela se relaciona, cria-se a base da sustentabilidade.

3 OS NOVOS DESAFIOS DA CONTABILIDADE

3.1 Aspectos gerais e conceituais da contabilidade

A contabilidade é parte integrante das ciências mais antigas do mundo e desde o seu início tem como finalidade a quantificação do patrimônio da empresa. Como é uma ciência social, ao longo dos anos, a Contabilidade tem se modificado e adaptado às mudanças ocorridas na sociedade. No segmento desta linha de pensamento, a Contabilidade Ambiental surgiu na década de 70 como resultado da conscientização das empresas e, principalmente, de consumidores em relação às consequências do consumo excessivo dos recursos naturais. Em 1972 ocorre 1ª Conferência Mundial sobre o Meio Ambiente realizada em Estocolmo na Suécia. Foi primeira cúpula sobre o meio ambiente com representação de muitos países (ALVES, 2012).

Para Naujack; Ferreira e Stela (2011, p. 87),

A contabilidade, como ciência, apresenta condições, por sua forma sistemática de registro e controle, de contribuir de forma positiva no campo de proteção ambiental, com dados econômicos e financeiros resultantes das interações e entidades que se utilizam da exploração do meio ambiente.

De acordo com Iudícibus e Marion (2007, p. 53): “O objetivo da Contabilidade pode ser estabelecido como sendo o de fornecer informação estruturada de natureza econômica, financeira [...], física, de produtividade e social, aos usuários internos e externos à entidade objeto da Contabilidade.” Os usuários podem ser classificados como as pessoas físicas ou jurídicas que tenham interesse na avaliação da situação de certa entidade.

As informações geradas pela contabilidade da empresa, geralmente são encontradas em devidos relatórios como: balanço patrimonial, demonstrações de resultado do exercício, demonstrações de fluxo de caixa entre outros.

Conforme Tinoco e kraemer (2008, p. 24):

[...] a contabilidade é objetivamente um sistema de mensuração, avaliação e divulgação, centrado nos usuários da informação, destinado a provê-los (os usuários) com demonstrações contábeis e outros meios de transparência, permitindo-lhes análises de natureza econômica, financeira, social, ambiental, física e de produtividade das empresas (entidades de caráter geral).

Daí surge a contabilidade ambiental, como ferramenta importante para gerar informações úteis e relevantes aos usuários internos e externos, com o objetivo de gerar o crescimento econômico e contribuir com a proteção ambiental junto com o desenvolvimento sustentável em que cada empresa atual.

Além disso, vem como um instrumento de conhecimento para a gestão das empresas, e

desenvolve métodos para demonstrar dados específicos sobre o meio ambiente, em relação à poluição, exploração e prevenção do meio ambiente. Enfatiza-se, que ela sozinha não vai resolver os problemas ambientais, mas vai ajudar a encontrar soluções.

A participação da mesma é de extrema importância, pois vai despertar nas entidades um interesse ligado às questões ambientais, para então implementarem na sua gestão, não apenas por que consta na legislação, mas por uma verdadeira conscientização ecológica.

3.2 Contabilidade Ambiental: conceito e objetivos

A Contabilidade Ambiental surgiu em 1970, quando as empresas passaram a dar um pouco mais de atenção aos problemas do meio ambiente. Contabilidade Ambiental é a contabilização dos benefícios e prejuízos que o desenvolvimento de um produto ou serviço pode trazer ao meio ambiente. É um conjunto de ações planejadas para desenvolver um projeto, levando em conta a preocupação com o meio ambiente (HIGUERA OJITO, 2017).

Conforme define Christophe (2001, p. 100), “um sistema destinado a dar informações sobre a rarefação dos elementos naturais, engrenado pelas atividades das empresas e sobre as medidas tomadas para evitar a rarefação”. Já Ferreira (2003), salienta que a Contabilidade Ambiental não se refere a uma nova contabilidade, mas a informações que relatem adequadamente, em termos econômicos, as ações ambientais de uma entidade que modifiquem seu patrimônio.

A Contabilidade Ambiental também contabiliza e evidencia fatos como a reciclagem de produtos ou insumos, o aumento do ciclo de vida dos produtos, a utilização de tecnologias limpas, a adoção de iniciativas ambientais, como educação ambiental, demonstrando que se preocupa com a condição do meio ambiente e das comunidades em seu entorno.

A Contabilidade Ambiental é classificada pela Agência de Proteção Ambiental (EPA), em três tipos sendo elas nas quais estão apresentadas na figura abaixo:

Figura 2. Tipos de Contabilidade ambiental

Tipos de Contabilidade Ambiental	Enfoque	Dirigido a usuário
Contabilidade Nacional	Macroeconômico, Economia Nacional	Externo
Contabilidade financeira	Empresa	Externo
Contabilidade Gerencial de custos	Empresa como (departamento, linhas de produção)	Interno

Fonte: Tinoco e Robles (2004).

A contabilidade ambiental fornece aos seus usuários uma visão ampla da empresa utilizando as informações financeiras como ferramenta de auxílio na redução dos custos de impactos ao meio ambiente e também na tomada de decisão (TINOCO E KRAEMER, 2011).

Tinoco e Kraemer (2004, p. 149) citam alguns dos principais objetivos da contabilidade ambiental:

- Saber se a empresa cumpre com a legislação ambiental vigente;
- Comprovar a evolução da atuação ambiental da empresa através do tempo;
- Obter informações específicas para fazer frente a solicitações dos *stakeholders*;
- Identificar oportunidades para melhor gestão dos aspectos ambientais;
- Identificar oportunidades estratégicas;
- Ajudar a direção no processo decisório e na fixação de uma gestão ambiental;
- Detectar áreas da empresa que necessitam de especial atenção quanto aos aspectos ambientais.

A Contabilidade Ambiental tem o objetivo de registrar as transações da empresa que impactam o meio ambiente e os efeitos das mesmas que afetam, ou deveriam afetar, a posição econômica e financeira dos negócios da empresa, devendo assegurar que os custos, os ativos e os passivos ambientais estejam contabilizados de acordo com os princípios fundamentais da contabilidade e que o desempenho ambiental tenha a ampla transparência de que os usuários da informação contábil necessitam (BASTOS, 2012).

Segundo Tinoco e Robles (2004), ativo é o futuro resultado econômico que se espera obter de um agente. E o valor econômico de um ativo é o valor atual máximo dos resultados econômicos futuros esperados, no cálculo do qual a taxa de desconto é a do custo de oportunidades de igual risco. No que tange ao ativo ambiental, esses benefícios dão-se através de:

- Aumento da capacidade ou aumento da segurança ou eficiência de outros ativos

próprios da empresa;

- Redução ou prevenção de provável contaminação ambiental resultante de futuras operações;
- Ou, ainda, conservação do meio ambiente.

Ativos ambientais são os bens adquiridos pela companhia que tem como finalidade controle, preservação e recuperação do meio ambiente. As características dos ativos ambientais são diferentes de uma organização para outra, pois a diferença entre os vários processos operacionais das distintas atividades econômicas deve compreender todos os bens utilizados no processo de proteção, controle, conservação e proteção do meio ambiente.

Fuks (2012, p. 6), porém conceitua como:

Um ativo é um recurso controlado por uma empresa que surge de eventos passados e de onde são esperados futuros fluxos de benefícios econômicos diretos ou indiretos para a empresa, através de: aumento da capacidade ou aumento da segurança ou eficiência de outros ativos próprios da empresa; redução ou prevenção de provável contaminação ambiental resultante de futuras operações; ou, ainda, conservação do meio ambiente. Esse tipo de gasto deve ser capitalizado, na forma de imobilizado ou diferido, se atender aos critérios de reconhecimento como um ativo, para apropriação nos períodos em que gere benefícios econômicos futuros.

Na Teoria da Contabilidade passivo é denominado como exigibilidades. O passivo é visto como uma obrigação de uma entidade a outra, onde em um momento esta obrigação deve ser liquidada. Para Both e Fischer (2007, p. 43):

A definição de Passivo Meio Ambiente será exigibilidades originadas por um fato gerador passado ou presente, decorrente de uma dívida efetiva ou de um ato futuro relacionado ao meio ambiente, que exigirá em um prazo determinado ou determinável a entrega de ativos ou a prestação de serviços em um momento futuro.

De acordo com Tinoco e Kraemer (2008), levantar o passivo ambiental de um empreendimento significa identificar e caracterizar os efeitos ambientais adversos, de natureza física, biológica e antrópica, proporcionados pela construção, operação, manutenção, ampliação ou desmobilização de um empreendimento ou organização produtiva.

Deve-se relevar que passivo ambiental tornou-se um quesito essencial nas negociações de empresas, pois poderá ser atribuída aos novos proprietários a responsabilidade pelos efeitos nocivos ao meio ambiente provocados pelo processo operacional da companhia ou pela forma como os resíduos poluentes foram tratados.

Os custos ambientais integram o total de custos encontrados em uma organização. É uma espécie de custos distintos que integram o conjunto de gastos monetários incorridos em uma organização.

Braga (2007) entende que ao tratar-se de custos ambientais, a estrutura contábil deve

utilizar nomenclaturas que envolvam os custos relacionados, direta ou indiretamente, com a operacionalização da gestão ambiental em suas atividades de prevenção, monitoramento, recuperação e reciclagem de resíduos.

Segundo Carvalho e Freiras (2013), os custos ambientais compreendem todos aqueles gastos relacionados direta ou indiretamente com a proteção do meio ambiente e que serão ativados em função de sua vida útil; ou seja:

- Amortização, exaustão e depreciação;
- Aquisição de insumos para controle, redução ou eliminação de poluentes;
- Tratamento de resíduos de produtos;
- Disposição dos resíduos poluentes;
- Tratamento de recuperação e restauração de áreas contaminadas;
- Mão de obra utilizada nas atividades de controle, preservação e recuperação do meio ambiente.

Enfatiza-se nesse ponto, que a importância da Contabilidade Ambiental começa a vigorar quando os problemas ambientais passam a preocupar os gestores e a sociedade, devido à necessidade de mais informações objetivas sobre o meio ambiente.

Para ratificar tal posicionamento, a Fundació Fórum Ambiental enumera seis interesses que merecem atenção especial conforme pode-se perceber na figura abaixo:

Figura 3. Interesses de cada partícipe

PARTÍCIPE	PRINCIPAIS INTERESSES
1 – Trabalhadores	Garantia de emprego. Salários. Orgulho e sentimento de dignidade. Saúde e segurança no lugar no trabalho.
2 – Comunidade local	Riscos de saúde. Ruídos. Odores. Resíduos expelidos no solo, água e ar. Conhecimento da atividade da empresa. Riscos de acidente.
3 – Clientes e fornecedores	Qualidade dos produtos. Preços. Segurança nos produtos. Garantia nos produtos.
4 – Administração pública	Cumprimento da legislação. Acidentes e denúncias. Consumo de recursos. Evidência de que a empresa cumpre seus compromissos ambientais.
5 – Entidades financeiras, investidores e acionistas	Resultados financeiros. Informações sobre responsabilidade ou obrigações legais e respeito a terceiros. Custos ambientais e sua gestão. Investidores ambientais. Vantagens comerciais relacionadas com a gestão ambiental. Custo do não cumprimento legal.
6 – Organizações ecológicas	Informação ambiental no âmbito local. Impacto nos ecossistemas. Impactos ambientais do produto ou serviço.

Fonte: Adaptado de Fundació Fórum Ambiental (1999).

A empresa está submetida cada vez mais a pressões internas e externas. Essas demandas podem ser dos empregados, acionistas, administração pública, clientes, bancos, investidores, organizações ecológicas, seguradoras e comunidade local, convêm especificamente, saber por que a empresa quer um sistema de Contabilidade Ambiental; em outras palavras, quais resultados espera obter com isto. Para isso é importante conhecer quais são seus objetivos.

A Contabilidade provoca benefícios potenciais à indústria e à sociedade, entre outros: identifica, estima, aloca, administra e reduzem os custos, particularmente os ambientais; permite o uso mais eficiente de recursos naturais, incluindo a energia e a água; fornece informações para a tomada de decisão, melhorando a política pública.

A Contabilidade de Gestão Ambiental, segundo a EPA (2002):

- focaliza nos custos internos à companhia;
- não inclui custos externos à sociedade;
- dá ênfase particular na contabilidade para custos ambientais;
- abrange não somente a informação ambiental e outra do custo, mas também informação explícita em fluxos do exame e os fatos dos materiais e da energia;
- a sua informação pode ser usada para a maioria de tipos de atividade ou de tomada de decisão da gerência dentro de uma organização, mas é particularmente útil para atividades ambientais proativas da gerência.

Neste contexto, a contabilidade de gestão ambiental incorpora e integra dois dos três blocos de edifício do desenvolvimento sustentável: ambiente e economia. A utilização geral da informação da Contabilidade de Gestão Ambiental serve essencialmente para ser utilizada internamente pela empresa nas suas tomadas de decisão. A nível interno, os procedimentos incluem: medições físicas do consumo de materiais e energia, fluxos de deposição final, avaliação monetária de custos, poupanças e receitas relacionadas com atividades que apresentam potenciais impactos ambientais.

3.3 Influência da contabilidade ambiental na gestão sustentável das empresas

Nas últimas décadas as empresas têm se defrontado com um processo crescente de cobrança por uma postura responsável e de comprometimento com o meio ambiente. Esta cobrança tem influenciado a ciência, a política, a legislação, e as formas das organizações; sob pressão crescente dos órgãos reguladores e fiscalizadores, das organizações não governamentais e, principalmente, do próprio mercado, incluindo as entidades financiadoras,

como bancos, seguradoras e os próprios consumidores (CUNHA, 2012).

Nestas condições, as empresas têm procurado estabelecer formas de gestão com objetivos explícitos de controle da poluição e de redução das taxas de efluentes, controlando e minimizando os impactos ambientais, como também otimizando o uso de recursos naturais – controle de uso da água, energia, outros insumos, etc. Uma das formas de gerenciamento ambiental de maior adoção pelas empresas tem sido a implementação de um sistema de gestão ambiental, segundo as normas internacionais Série ISO 14000.

Na busca por padrões de gestão ambiental, foi criada a NBR Série ISO 14001, que é o sistema de gestão ambiental mais utilizado pelas empresas no Brasil. Segundo esta série, as normas de gestão ambiental têm por objetivo prover às organizações os elementos de um sistema ambiental eficaz, passível de integração com outros elementos de gestão, de forma a auxiliá-las a alcançar os seus objetivos ambientais e econômicos. Essas normas enfatizam aspectos como o sistema de gerenciamento ambiental, auditoria ambiental, avaliação de desempenho, entre outros.

A implantação sistematizada do processo de Gestão Ambiental tem sido uma das respostas das empresas a este conjunto de pressões. Assim, a gestão ambiental tem importante significado na implementação de programas voltados para o desenvolvimento de tecnologias, ao invés de revisão de processos produtivos (CUNHA, 2012).

A contabilidade ambiental é um instrumento de suma importância para que se possa analisar a valoração dos recursos naturais. Segundo Silva; De Lucena (2019, p. 59), “o desenvolvimento da Contabilidade Ambiental é resultado da necessidade de oferecer informações adequadas às características de uma gestão ambiental”. A importância da contabilidade ambiental começa a vigorar quando os problemas ambientais passam a preocupar os gestores e a sociedade. Entretanto, apesar da relevância do tema, a classe contábil dá os primeiros passos nas discussões sobre Contabilidade Ambiental.

A contabilidade ambiental juntamente com o Sistema de Gestão Ambiental eficaz e eficiente é responsável pela continuidade de resultados sustentáveis nas empresas. A mensuração dessas informações é a maneira mais coerente, pois a utilização de parâmetros torna possível a implantação de metas e a otimização de resultados.

Enfatiza-se que cresce a importância das auditorias nas grandes empresas para avaliar os custos ambientais presentes e futuros. Cresce a importância da Contabilidade Social e Ambiental. Crescem os investimentos na recuperação e preservação ambiental. O Ativo e o passivo ambiental não podem ser mais ignorados. Eles são os subsistemas da contabilidade que identifica, avalia e evidencia os eventos econômicos e financeiros relacionados à área ambiental

e serve de instrumento de comunicação entre a empresa e a sociedade (BONELLI, 2013).

A Contabilidade do meio ambiente tem crescido de importância para as empresas em geral porque a disponibilidade e escassez de recursos naturais e a poluição do meio ambiente tornaram-se objeto de debate econômico, político e social em todo o mundo. (TEIXEIRA, 2000 p. 3).

A Contabilidade Ambiental utiliza metodologias e sistemas para identificar, monitorar e informar sobre os impactos ambientais causados pelas operações da empresa. Dentre os processos de contabilização, a valorização do meio ambiente é um dos mais criteriosos. Muitas vezes não se tem um valor monetário exato, por se tratar de bens ou serviços que não têm preço ou de difícil mensuração. Assim, reside alguma incerteza nos valores da contabilidade voltada para o meio ambiente. Contudo, ela traz benefícios para as empresas e à sociedade, permitindo o uso melhor e mais adequado dos recursos naturais, e ainda, fornecendo informações importantes para a tomada de decisões.

Segundo Tinoco e Kraemer (2004, p. 12) “a contabilidade [...] é o veículo adequado para divulgar informações sobre o meio ambiente”, sendo um fator de risco e de grande competitividade.

Com a Contabilidade Ambiental pode-se identificar, estimar, alocar, administrar e reduzir os custos ambientais da empresa, juntamente com o Sistema de Gestão Ambiental (SGA), adequado, pode-se verificar melhoras relevantes através da análise das demonstrações contábeis da empresa, e ainda, passar outra visão de seus produtos à sociedade.

Dentro desse contexto, Tinoco e Kraemer, (2004, p. 12) diz: “A contabilidade Ambiental pode assumir um papel estratégico na medida em que se adotam políticas pró-ativas”.

Para Feiel (2017), o desenvolvimento de sistemas de Contabilidade Ambiental numa empresa deve-se a dois fatores:

- a) A pressão exercida pelos *stakeholders* – a existência deste sistema permite um maior controle e clarificação das responsabilidades no desempenho ambiental da empresa;
- b) A importância econômica dos custos ambientais – aumento significativo resultante da evolução política ambiental e do conhecimento científico na área do ambiente.

Assim, o sistema de Contabilidade Ambiental pode ser considerado um importante instrumento de gestão, uma vez que facilita a integração dos aspectos ambientais na estratégia da empresa e na cadeia de decisão operacional. Sua principal contribuição é promover a transparência e oferecer mais informações aos investidores. Desta forma, facilita as decisões relativas à atitude ambiental da empresa, a partir da seleção de indicadores e da avaliação das informações relativas ao desempenho ambiental da empresa.

Designada para o registro e geração de relatórios a Contabilidade Ambiental tem como

finalidade, segundo Paiva (2003, p. 17) “auxiliar na elaboração do planejamento estratégico; servir de parâmetro no gerenciamento das atividades-alvo e fornecer informações externas no sentido de prestações de contas dessas atividades”. Ela facilita o processo de gerenciamento, proporcionando vários benefícios às organizações.

3.4 Vantagens da utilização da Contabilidade Ambiental

Para Ribeiro (2005), a contabilidade no que se refere ao meio ambiente, é de grande utilidade no processo de identificação e fornecimento de subsídios informacionais para controlar os impactos ambientais da atividade operacional.

A Contabilidade Ambiental é um ramo especializado da ciência contábil, conforme Naujack; Ferreira e Stela (2011, p. 108):

A Contabilidade Ambiental não é outra contabilidade; assim, todos os eventos econômicos ou fatos contábeis relativos a ações realizadas pela Entidade que, por consequência, causem impacto ao meio ambiente, devem ser reconhecidos e registrados pelo sistema contábil. Portanto, o Balanço Patrimonial, a Demonstração de Resultado do Exercício e demais informes, as Notas Explicativas e, quando houver, o Balanço Social e Demonstração do Valor Adicionado são as peças contábeis adequadas para evidenciar como essa questão está sendo tratada pela organização.

Adotando-se práticas de medidas preventivas e corretivas, as organizações podem evitar multas, problemas judiciais, amenizar perdas irrecuperáveis de imagem e patrimônio, evitando também crises de credibilidade.

Quando a empresa passa a valorizar sua relação com o meio ambiente, sua imagem perante a opinião pública tende a apresentar conotação diferenciada. Valorizar sua preocupação com o meio ambiente tem um forte papel, na manutenção dos clientes atuais e atração de novos consumidores.

Pra Paiva (2006), a evidenciação contábil permite que a organização torne pública a sua preocupação com o meio ambiente, demonstrando, assim, sua conscientização ambiental desenvolvida.

Segundo Tinoco e Kraemer (2004, p. 148), existem três razões para uma empresa adotar o uso da Contabilidade Ambiental, a primeira é a Gestão Interna que está relacionada com a ativa gestão ambiental e seu controle, visando à redução dos custos e despesas operacionais e assim, melhorando a qualidade de seus produtos; a segunda são as Exigências Legais e normativas, são aquelas que podem obrigar os diretores a controlar mais seus riscos ambientais, sob pena de multa e de indenizações; a terceira razão citada pelos autores, é a demanda dos parceiros sociais, a empresa está cada vez mais submetida as pressões internas e externas exercidas pelos seus clientes, fornecedores, empregados, organizações ecológicas,

administração pública entre outras.

Logicamente existem outras razões para a empresa adotar a contabilidade ambiental, não apenas estas três citadas pelos autores, por exemplo, a utilização desta ferramenta contábil atualmente vem gerando um marketing positivo para as empresas.

4 METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa básica, esta, consiste na realização de trabalhos teóricos ou experimentais, cuja finalidade principal seja a aquisição de novos conhecimentos sobre os fundamentos de fenômenos e fatos observáveis, sem objetivo particular de aplicação ou utilização (APPOLINÁRIO, 2012).

Em relação ao objetivo de pesquisa de estudo, sua classificação é de modo exploratório, já que ela tem grande relevância de informações em relação ao que se discutir sobre o tema, tornando os problemas mais explícitos e hipotética. A pesquisa explicativa possui um aprofundamento maior no conhecimento da realidade, buscando esclarecer o entendimento das coisas, de uma maneira mais integralizada e eficiente. Além disso, busca pela identificação dos fatos, nos quais estabelecem ou contribuem para o acontecimento dos fenômenos (CRESWELL, 2010).

Além disso, utilizou-se a abordagem qualitativa. Creswell (2007, p. 43), a define como sendo “um meio para explorar e para entender o significado que os indivíduos ou os grupos atribuem a um problema social ou humano”. Os principais procedimentos qualitativos, segundo Creswell também, focam em amostragem intencional, coleta de dados abertos, análise de textos ou de imagens e interpretação pessoal dos achados.

Os procedimentos utilizados neste estudo, foram bibliográficos e de estudo de caso, onde utiliza-se procedimentos técnicos baseados em livros, periódicos e artigos publicados (BEUREN, 2014). Conforme a autora, uma análise eficaz requer a busca em documentos, pois são eles os registros escritos que proporcionam informações dos fatos e relações, possibilitando conhecer o período histórico e social dos fatos, pois se constituem em manifestações registradas de aspectos da vida social de determinado grupo.

O método de estudo de caso, de acordo com Gil (2002, p. 54), “[...] é encarado como o delineamento mais adequado para a investigação de um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto real, onde os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente percebidos”.

Diante disso, no presente estudo explorou-se as informações da Empresa Natura, relacionados a gestão ambiental, e relatórios divulgados anualmente pela empresa relativos ao ano de 2019 a 2021, os quais, apresentam dados sobre o progresso e estratégias utilizadas para alcance dos seus objetivo, e estão à disposição da sociedade, no site oficial da empresa: (<https://www.natura.com.br/relatorio-anual>).

Quanto a análise dos resultados, Minayo (2010) afirma que ela possui a finalidade de

desvelar e administrar o material coletado, possibilitando ao investigador ampliar e aprofundar sua compreensão acerca do assunto pesquisado e relacioná-lo aos contextos culturais.

Para a autora, o processo de análise de resultados constrói-se em etapas ou passos, os quais, foram utilizados no presente estudo: o primeiro passo, foi a ordenação e organização das informações coletadas. Dessa forma, foi selecionado nos relatórios apresentados pela empresa Natura, os principais dados e materiais relacionados a gestão ambiental.

O segundo passo, foi a classificação e o embasamento teórico dos dados. Assim, foram realizadas comparações dos dados dos três anos (2019 a 2021), essas informações foram interpretadas à luz do debate teórico, apresentando-se os principais achados.

O terceiro passo, definido como análise final, consistiu na interpretação dos dados, que poderão fundamentar e dar embasamento para futuros trabalhos relacionados a temática central.

Assim, os dados bibliográficos e documentais foram organizados e analisados por meio de procedimentos de pesquisa.

5 ESTUDO DE CASO

5.1 Dados oficiais

Razão Social: NATURA COSMÉTICOS S.A.

Nome Fantasia: NATURA COSMÉTICOS S.A.

Localização: RODOVIA RÉGIS BITTENCOURT, KM 293 EDIFÍCIO I

Bairro/ Distrito: POTUVERA

CEP: 06850-000

Cidade: ITAP.SERRA

UF: SP

Data de abertura: 28 de Agosto de 1969

CNPJ: 71.673.990/0001-77

Ramo de Atividade: Tem como principal objetivo a venda de produtos de cuidado pessoal (cosméticos), que são produzidos com fórmulas naturais de alta qualidade e preços competitivos.

Nome do Responsável: Atual presidente João Paulo Ferreira,

5.2 Características e processo histórico da empresa

A Natura surgiu em 1969, é uma empresa que atua no mercado de cosméticos, higiene pessoal e perfumaria, comercializando produtos inovadores essencialmente produzidos com elementos naturais tipicamente encontrados na flora brasileira. Pioneira no segmento de venda direta e a primeira companhia de capital aberto a receber a certificação B Corp no mundo, em 2014, reforçando a atuação transparente e sustentável nos aspectos social, ambiental e econômico (RODRIGUES; COSTA, 2013).

Enfatiza-se que em 2020, a Natura &Co concluiu a aquisição da Avon, criando o quarto maior grupo do mundo do segmento de beleza, presente em 100 países.

No ano de 2020 começamos a construir um novo capítulo em nossa história, com a chegada da Avon ao grupo Natura &Co. Além disso, 2020 trouxe desafios sem precedentes para a humanidade, com o enfrentamento da pandemia causada pelo coronavírus. Frente a esse cenário, o cuidado com as pessoas e a aceleração da digitalização nos permitiram alcançar conquistas importantes, sempre com o objetivo de gerar impacto positivo nas esferas econômica, ambiental e social. O Relatório Anual da Natura traz também os resultados do primeiro ciclo de metas da Visão de Sustentabilidade 2050 e segue as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI) (NATURA, 2020).

Assim, com sede em Cajamar (SP), a empresa tem forte presença na América Latina, com operações na Argentina, Colômbia, Peru, Chile e México, e na Europa, com a unidade

França. Por meio de distribuidores, os produtos também chegam à Bolívia. Os produtos da Natura são fabricados com matérias-primas naturais extraídas em grande escala, a Natura possui inúmeros programas, que têm como objetivo a minimização dos impactos negativos causados à natureza, dentre os quais, destaca-se a manutenção de uma grande área de reflorestamento da qual boa parte de seus insumos são retirados (RODRIGUES; COSTA, 2013).

Ainda cita-se outros, como destacado na figura abaixo:

Figura 4. Programas realizados pela empresa

PROGRAMAS	LOCALIDADES
Projeto de Carbono Florestal Suruí	Rondônia e Mato Grosso
Recuperação de áreas degradadas	Campo Verde, Ucayali – Peru
Troca de combustível em cerâmicas	(RJ, SE, PA, CE e PE)
Melhoria no tratamento de resíduos	Santa Catarina
Recuperação de áreas	Cáceres – Colômbia
Projeto carbono	Goiás e Mato Grosso do Sul

Fonte: Natura (2020).

Gerando produtos inovadores com ciência e alta tecnologia e com a natureza como cenário para desenvolver seus produtos. A marca foi capaz de inovar e proporcionar o bem-estar, se posicionando no mercado de forma sólida e inteligente, sendo uma das mais fortes, inovadora e respeitadas marca de cosméticos no Brasil. É uma empresa com total responsabilidade em sua prestação de serviço e engajada em desenvolver um ótimo trabalho para satisfação de seus clientes.

De acordo com suas diretrizes da empresa, há uma construção sustentável para o futuro, da empresa e humanidade. A empresa, planejou até 2050 os impactos econômicos, sociais, ambientais e culturais positivos, gerando valor para toda a rede de relações, negócios, marcas e geografias em que atuam, por meio de seus produtos, serviços e canais de comercialização. A empresa foca na própria existência para colaborar na melhoria do meio ambiente e da sociedade, através da promoção do bem social, ambiental, econômico e cultural, e na redução e neutralização dos impactos negativos gerados pelas próprias atividades (NATURA, 2020).

Assim, a empresa foi escolhida, por ter sido a pioneira em elaborar o Balanço Social no Brasil e, também, por ser reconhecida em primar em sua gestão pela transparência. Essa transparência é revelada por meio de relatórios, divulgados anualmente, nos quais expressa por meio de indicadores a correlação entre os impactos econômicos, sociais e ambientais gerados pelas decisões empresariais.

A Natura possui características fortes e singulares que a torna a empresa mais importante do segmento no mercado brasileiro. Características essas que se destacam: Inovação, Tamanho e Crescimento, Liderança e Participação do Mercado.

- Inovação: Segundo uma revista americana Forbes a Natura é a oitava empresa mais inovadora do mundo. A Natura investe cerca de 3% e 4% de sua receita no ano em inovação.

- Tamanho e Crescimento: De acordo com a consultoria Brand Finance, a natura está na vigésima posição dentre as 50 maiores empresas do segmento de cosmético, a única brasileira. A análise do segundo trimestre de 2013, a natura teve um crescimento acelerado no mercado internacional, a receita do grupo provindo das operações internacionais subiu de 10,8% para 14% comparação anual.

- Liderança e participação no mercado: É empresa líder no segmento, possuindo no mercado brasileiro, um *market share* oscilante perto dos 25%, quando combinado os segmentos de cosmético, fragrância e higiene pessoal.

Missão: Para ser percebida como uma empresa social e ambientalmente responsável e atuante, parte da premissa de que os impactos ambientais de sua atividade decorrem de uma cadeia de transformações da qual representa somente uma parte, por isso acredita que, para ter eficácia, as ações ambientais precisam considerar cada cadeia produtiva de maneira integral.

No enfrentamento dos impactos ambientais resultantes de suas atividades no setor de cosméticos, saúde e fitoterápicos, tanto no Brasil quanto no exterior, a empresa:

- Cumpre os parâmetros e requisitos exigidos pela legislação e demais normas subscritas pela organização;
- Controla-os e monitora-os em todas as fases de produção, com vistas à redução de uso de insumos de valor ambiental estratégico, à eliminação gradativa de ensaios com animais em matérias primas para produtos cosméticos, à redução de impactos ambientais de embalagens e à pronta reparação de eventuais incidentes;
- Promove a melhoria contínua dos processos em toda a cadeia produtiva, incorporando tecnologias limpas;
- Trata a questão ambiental como tema transversal em sua estrutura organizacional e a inclui no planejamento estratégico;
- Desenvolve novos negócios ou novos modelos de negócio levando em conta os princípios e as oportunidades oferecidas pela sustentabilidade.

A Natura tem como objetivo consolidar-se como referência na qualidade de processos e produtos na indústria cosmética e de alimentos e alcançar "classe mundial" na qualidade de

processos, produtos e serviços, de modo a construir uma marca de excelência reconhecida por todos os seus públicos. A Política Natura define diretrizes para monitorar e promover a melhoria contínua necessária ao desenvolvimento dos negócios.

Com sua aplicação, a empresa busca superar positivamente as expectativas dos seus clientes-consumidores, consultoras, fornecedores, acionistas, colaboradores, comunidades, governo e a sociedade.

5.3 Ações ambientais e seus impactos

Construindo sua marca em questões socioambientais, e para reforçar essa postura, a Natura desde 1983, em uma atitude pioneira, oferece a opção de refil para a maioria de seus produtos, que demandam menos água em sua produção, com isso, deixou de colocar 2,2 mil toneladas de embalagens no mercado, promovendo o consumo consciente dos recursos do planeta.

O plástico utilizado nas embalagens dos condicionadores e dos refis da Linha Natura Ekos, denominado Plástico Verde, é produzido com tecnologia brasileira, pela Brasken, a partir do etanol da cana-de-açúcar, uma fonte 100% renovável. Além de não pressionar ou comprometer as reservas minerais esgotáveis do planeta, o plástico de origem de cana possui menor emissão de gases de efeito estufa. Além disso, é totalmente reciclável (NATURA, 2020).

Figura 5. Plástico Verde



Fonte: Natura (2020)

O combate ao aquecimento global é um forte componente da plataforma ambiental da Natura, com a criação em 2007 do Programa Carbono Neutro, que é pautado em três bases de atuação: inventário das emissões (medindo desde as extrações dos insumos até o descarte final dos produtos); definição de metas de redução; construção de um pilar de compensação por meio de projetos ambientais.

Nesse último tema, a Natura criou no ano seguinte, o edital Carbono Neutro, com o objetivo de selecionar projetos de redução ou remoção de gases estufa para a compensação de suas emissões correspondentes a períodos de dois anos. O programa Carbono neutro legitima e dá credibilidade à marca, deixando claros os requisitos e critérios exigidos (NATURA, 2020).

Em 1995, a Natura criou o Programa Crer pra Ver, com o objetivo de contribuir para a melhoria do ensino público no país, com produtos não cosméticos e todo o lucro sendo investido em projetos educacionais. Desde a sua criação a linha crer pra ver já beneficiou mais de 3 milhões de pessoas, em 180 projetos apoiados, e desde 2010 o Instituto Natura gerencia esses recursos. Em parceria com a Fundação Abrinq arrecada recursos para a campanha pela educação de jovens e adultos.

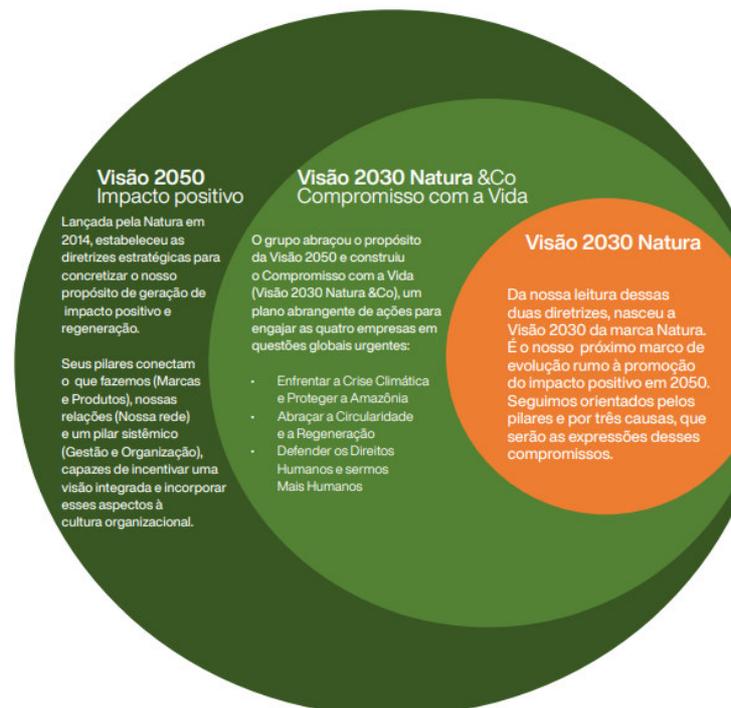
A Natura também incentiva seus fornecedores e parceiros a aderirem aos compromissos que ela adota perante a sociedade e adota os critérios de responsabilidade social na escolha de seus fornecedores. Um desses incentivos é o desenvolvimento sustentável das comunidades fornecedoras e é um projeto que consiste no acompanhamento e parceria junto às comunidades fornecedoras para os produtos da linha Ekos (NATURA, 2021).

Ainda tem-se o programa Natura Amazônia, onde a empresa busca planejar construir, aprimorar e expandir cadeias produtivas sustentáveis na região amazônica, investindo em capacitação, produtividade e contribuições técnicas. O objetivo é que as cooperativas agrícolas extrativistas prosperem, criem riqueza local e contribuam para o desenvolvimento social. Em 2021, o Programa Natura Amazônia comemorou uma década de existência (NATURA, 2021).

6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

O Relatório Anual de Sustentabilidade 2019 da Natura S.A. (NATURA, 2019), enfatiza a sua preocupação com a sustentabilidade “na sua Visão de Sustentabilidade 2050 – documento que reúne suas causas e seus compromissos para um desenvolvimento sustentável, estabeleceram uma meta ambiciosa relacionada a esse princípio: ter até 2020, 10% de materiais reciclados pós-consumo nas nossas embalagens (em 2017, esse número estava em 4,3%). Um esforço nesse sentido é a crescente utilização de vidro e PET reciclados.

Figura 6. Visão Sustentabilidade



Fonte: Natura (2019).

Através do relatório anual – 2019, identificou-se que a sustentabilidade empresarial na empresa estudada se faz presente através do tripé da sustentabilidade, onde o social que é baseada no bem-estar do indivíduo, sugere a sua igualdade e que a população participe, com o objetivo de um crescimento no desenvolvimento social, educacional, cultural e da saúde.

De acordo com Oliveira e Serra (2010), a responsabilidade social hoje é encarada como uma importante ferramenta para o alcance da sustentabilidade empresarial. Agrega valor à empresa e seus produtos, partindo do princípio da integração de todas as áreas envolvidas nos processos da empresa tais como: cliente, funcionários, fornecedores, comunidade, ambiente, sociedade. Responsabilidade social não está somente limitada a ações e projetos sociais envolve também código de conduta, ética empresarial, empresa cidadã, etc.

Torna-se de importante colocar que com a aquisição da empresa Avon no ano de 2020, no tocante a sustentabilidade, houve um estudo para compreender o estágio de cada empresa. Posteriormente, elaborou-se diagnósticos sobre emissões de carbono, embalagens e indicadores sociais internos. Segundo o relatório de 2021 (p. 10), “Desenhamos uma gestão integrada de sustentabilidade e formamos um Comitê de Sustentabilidade para a América Latina, que conta com representação de todos os negócios, além de especialistas em sustentabilidade, para tomarmos decisões a respeito dessa jornada.”

Em relação a gestão ambiental, a Natura é a primeira empresa da América Latina a calcular os impactos ambientais e sociais de seus negócios por meio do Método Internacional de Contabilidade Ambiental (“EP&L”, ou Ganhos e Perdas Ambientais em inglês). O EP&L foi adotado em 2016, foi incorporado pela gestão e é atualizado anualmente. Dois exercícios na sequência, de modo piloto, resultaram em ações inéditas: desenvolvimento do SP&L (Social Profit and Loss) para consultoras, colaboradores e comunidades fornecedoras e, por fim, o primeiro exercício integrado de metodologias de monetização, o IP&L (Integrated Profit and Loss), em 2020 .

Contabilizamos em valores monetários as consequências finais dos impactos ambientais produzidos por nossa cadeia de valor à sociedade, relativizando-as pela nossa receita líquida. Os aspectos considerados no cálculo envolvem consumo e qualidade da água, emissão de gases de efeito estufa e outros poluentes atmosféricos, resíduos gerados e uso da terra. Em 2020, esses impactos ambientais representaram - 5,6% de nossa receita líquida. A maior participação da perfumaria no mix de produtos faturados, o uso de álcool orgânico, de material reciclado pós-consumo nas embalagens, a disponibilização de refil e o uso de insumos da biodiversidade amazônica nas fórmulas, que contribuem com a manutenção da floresta em pé, são as alavancas do nosso impacto ambiental positivo. Além disso, o processo de digitalização - com redução de impressão de revistas - e o e-commerce - com redução do uso de sacolas - foram responsáveis também pelo bom desempenho em 2020. Por fim, o Programa Carbono Neutro que desde 2007 compensa as nossas emissões com projetos, que geram co-benefícios ambientais e sociais, também são responsáveis por alavancar a nossa geração de impacto positivo (NATURA, 2020, p. 45).

O IP&L destaca o poder da estratégia e abordagem. A Natura tem um patrimônio líquido da cadeia de valor de R\$ 18,2 bilhões 2021. Os cálculos mostram que para cada R\$ 1 em receita é gerado R\$ 1,5 em impacto socioambiental positivo, resultado, sobretudo, da renda para as consultoras, a remuneração para colaboradores diretos, o pagamento de impostos e o fornecimento de matérias-primas (NATURA, 2021).

Com o relatório apresentado dos anos entre 2018 e 2021, percebe-se que a Natura busca desenvolver projetos e orienta os investimentos visando à compensação ambiental pelo uso de recursos naturais e pelo impacto causado por suas atividades.

Figura 7. Indicadores ambientais

Indicadores ambientais¹	2018	2019	2020
Emissão relativa de gases GEE (kg CO ₂ e/kg produto faturado) ^{2,3}	3,14	3,18	2,85
Emissões GEE na cadeia de valor (tCO ₂ e) ³	333.183	325.840	347.570
Retirada de água Brasil (l/unidade produzida)	0,52	0,59	0,49
% material reciclado pós-consumo em embalagem de produto acabado — Brasil	5,4	8,6	10,0
% embalagens ecoeficientes Brasil ⁴	22	18 ⁵	18
Matérias-primas de origem pan-amazônica (% em relação a valor de vendas)	17,8	17,7	16,5

1. Considera Natura Brasil e América Hispânica.
2. CO₂e (ou CO₂ equivalente): medida utilizada para expressar as emissões dos gases de efeito estufa, baseada no potencial de aquecimento global de cada um.
3. Inclui escopos 1, 2 e 3 do GHG Protocol, Inventário 2020, auditado pela PwC.
4. Embalagens com redução de, no mínimo, 50% em relação à embalagem regular/similar ou que apresentam 50% de sua composição com materiais reciclados pós-consumo e/ou material renovável não celulósico, desde que não apresentem aumento de massa.
5. No relatório anterior, o dado considerava o consolidado Brasil e América Hispânica (19%).

Fonte: Natura, 2020.

Em 2021, para cada unidade produzida pela Natura &Co América Latina, foram geradas 23,99g de resíduos, um pouco acima da meta estabelecida para o período (22,20g). Entre as iniciativas implementadas destaca-se os projetos para a redução de perdas nas fábricas, a devolução de caixas de papelão para fornecedores, a recuperação de *pallets* de madeira e a compostagem que ocorre no Ecoparque, em Benevides (PA), com a consequente redução do volume de lodo gerado na unidade (NATURA, 2021).

Percebe-se assim, que o seu comportamento empresarial, busca criar valor para a sociedade como um todo, onde gera resultados integrados nas dimensões econômicas, sociais e ambientais. A empresa acredita que resultados sustentáveis são aqueles alcançados por meio de relações de qualidade e, por isso, busca manter canais de diálogo abertos com todos os públicos com quem tem contato, tornado esse um exercício contínuo de transparência.

A empresa trabalha com projetos sociais onde colocam em exercício as crenças da empresa, desse modo, contribuem para a evolução da sociedade e também para a evolução da própria empresa. Ser uma empresa socialmente responsável é um desafio, pois procuram desenvolver projetos inovadores que consideram a importância de gerar uma ação que provoque

uma mudança na realidade. Entre os projetos estão o Natura escola, Natura Jequitinhonha, Barracões Culturais da Cidadania, Programa Crer para Ver, entre muitos outros (NATURA, 2020).

A Natura considera que o meio ambiente é fonte de suprimento vital e herança coletiva, que deve contar com o compromisso de todos por sua preservação para futuras gerações. Para isso, é necessário buscar a cada dia as formas de construir uma relação saudável com o meio ambiente, que devem estar presentes em todas as ações. A Natura busca ser uma empresa reconhecida por respeitar o meio ambiente, seja no mercado, ou nas comunidades em que atua.

Para isso, De acordo com o relatório anual de 2021, a Natura compromete-se com:

- O cumprimento da legislação aplicável à organização a seus produtos, processos e serviços, e de acordos e princípios voluntariamente subscritos pela empresa, em qualquer país que atue.

- A adoção de princípios, para a tomada de decisões nas questões de qualidade, que pautem pela proatividade, rapidez, flexibilidade, inovação e criatividade.

Enfatiza-se, que poucas empresas brasileiras possuem preocupação com a sustentabilidade desde o seu nascimento. Quando foi fundada em 1969, pouco se falava em responsabilidade social e sustentabilidade. A Natura é hoje uma das maiores fabricantes de cosméticos no Brasil, é reconhecida pela qualidade, inovação e aperfeiçoamento de seus produtos e serviços. Agindo para a manutenção e melhoria das condições ambientais, minimizando ações próprias, potencialmente agressivas ao meio ambiente e disseminando para outras organizações o conhecimento adquirido ao longo do tempo com a Gestão de sua Responsabilidade Social.

De acordo com Nascimento e Bursztyn (2011), os benefícios com a implementação de um sistema de gestão ambiental estão intimamente ligados a mudanças comportamentais, aprendizado e inovação organizacional, porém, convém salientar que, a existência de um plano ambiental formal, embora importante, não é suficiente, pois a transformação da questão ambiental em valor da organização vai depender das ações da alta administração e de suas regências.

Nesse ponto, entende-se que a Contabilidade pode auxiliar os administradores no gerenciamento empresarial do meio ambiente, pois ela é considerada, atualmente, uma das principais ferramentas de gestão de negócios. Sem ela, se tornaria impossível a avaliação, em termos econômicos, dos impactos ambientais causados pelas diversas atividades das empresas, de forma tal que a empresa que não utilize a Contabilidade no gerenciamento empresarial do meio ambiente possuirá menos argumentos para explicar sobre custos, benefícios e impactos

das suas atividades sobre o meio ambiente (uma das demandas crescentes da sociedade tanto no Brasil, como no exterior).

A Natura assume três eixos como sua política de Meio Ambiente: - A responsabilidade com as gerações futuras; - A educação ambiental; - O gerenciamento do impacto do meio ambiente e do ciclo de vida dos produtos e serviços e a minimização de entradas e saídas de materiais, e ao assumir essas três vertentes de política de sustentabilidade visa a eco eficiência ao longo de sua cadeia de geração de valor, e isso favorece a valorização da biodiversidade e de sua responsabilidade social. A questão ambiental é o tema primordial da organização e inclui planejamento estratégico.

A Natura é uma empresa que pratica e influencia essa mentalidade de sustentabilidade em todos os seus *stakeholders*, considerando seu ambiente interno e externo. No relatório do ano de 2021, a natureza apresenta e deixa claro quais são os seus *stakeholders*

Figura 8. Stakeholdes



Fonte: Natura, 2021.

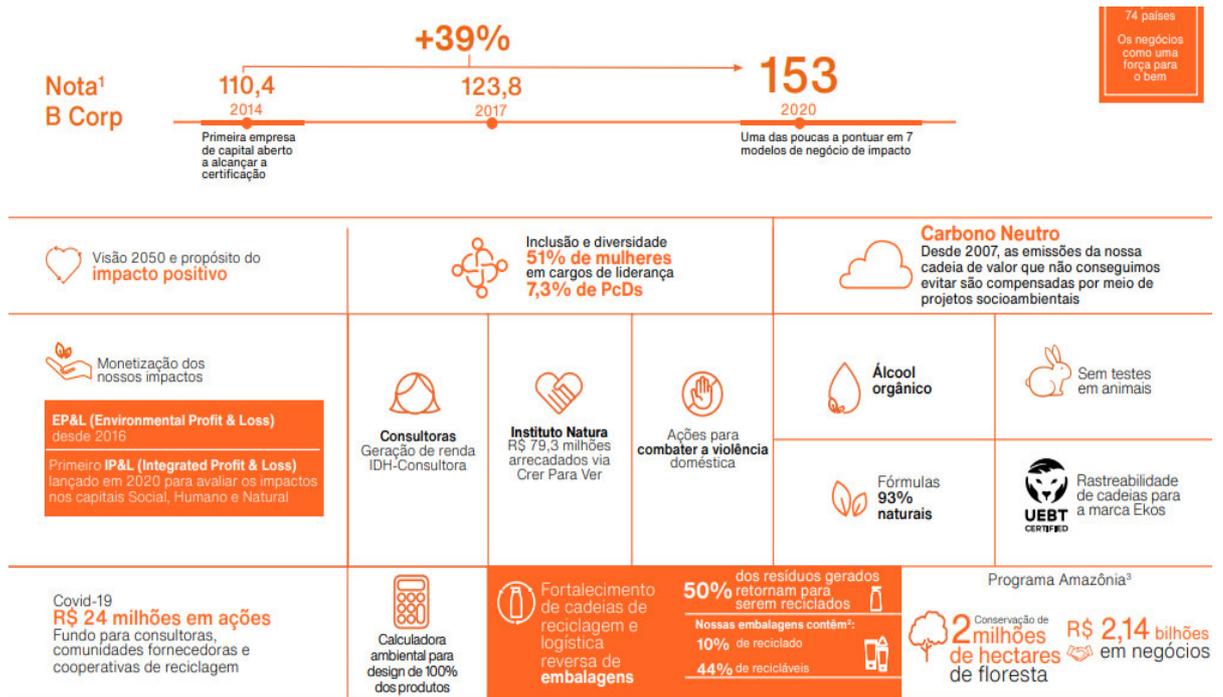
Nesse ínterim, Barbieri e Cajazeira (2019), destacam o papel da necessidade de um bom relacionamento da empresa com seus *stakeholders* para a longevidade da mesma. As partes interessadas em diversos níveis colaboram para a efetiva organização, desempenho e controle das entidades organizacionais, suprindo recursos, gerando demandas e avaliando suas ações, criando um contexto de inter-relacionamento crucial para a sobrevivência das firmas.

Ainda coloca-se que desde 2014, a empresa tem certificado B Corp, o que significa que ela intera uma rede global de empresas que associam crescimento econômico à promoção

do bem-estar social e ambiental. A certificação, que foi renovada em maio de 2017, é um dos símbolos do compromisso com o desenvolvimento sustentável. As empresas B CORP buscam ser as melhores PARA o mundo e não DO mundo.

De acordo com o relatório de 2020, abaixo tem-se os principais motivos que levam a empresa a receber esse certificado:

Figura 9. Principais motivos para o certificado B Corp



1. 80 pontos é a nota mínima para conseguir a certificação e, 200 pontos, é a nota máxima. 2. Em massa de embalagem. 3. O Programa Amazônia foi lançado em 2011.

Fonte: Natura, 2019.

Assim, compreende-se que a Natura consegue estabelecer uma filosofia que busca a responsabilidade socioambiental em suas estratégias e gestões, tendo como dois objetivos centrais: o relacionamento ético com os seus consumidores e a fixação de metas que atendem às necessidades do desenvolvimento sustentável. Para controlar suas atividades de produtos e serviços, a empresa utiliza a ferramenta de Sistema Gerenciamento Ambiental Natura, que utiliza as normas do ISO 14001, a qual permite monitorar suas atividades e identificar os possíveis pontos falhos no sistema, no consumo dos recursos e proporcionar a maior eficiência dos mesmos (DINATO, 2006)

De acordo com Barros (2012), quando uma empresa opta pela implantação da Norma ISO 14001, abre novos caminhos no mercado internacional, proporciona vantagem competitiva e introduz sensível redução de custos na operação, além de incrementar a receita com subprodutos do processo.

O Sistema Gerenciamento Ambiental Natura tem como objetivo gerenciar suas

atividades, de tal maneira que possibilite mensurar os impactos ambientais, buscando evitar aquelas com os impactos negativos ao meio e potencializar os impactos positivos. O foco desse sistema é a ação preventiva nas atividades que oferecem possíveis danos ao meio ambiente, à saúde e a insegurança dos seus colaboradores. Esse estudo é desenvolvido com parceria dos fornecedores possibilitando a melhoria do sistema. (NATURA, 2019).

Nesse contexto Loureiro et al., (2013), reiteram que Gestão ambiental é o sistema que inclui a estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidades, práticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental.

Ainda compreende-se por meio dos relatórios analisados, que os consumidores dos produtos Natura ainda conseguem pelo canal digital, avaliar o impacto que sua aquisição gera na sociedade e no planeta como forma de mostrar o quanto uma pessoa pode afetar o planeta. O cliente também pode receber informações sobre conservação florestal e redução de lixo gerados pelos itens comprados.

Formalmente, nosso processo de materialidade foi realizado em 2014, quando da construção da Visão 2050, em que definimos o propósito de gerar impacto positivo e envolveu representantes dos nossos principais públicos de relacionamento. Contabilizamos mais de 4,2 mil questionários on-line respondidos, 40 entrevistas presenciais e por telefone e um painel multistakeholder, com 18 participantes (NATURA, 2020).

Assim, de acordo com Sehnem (2012), a palavra de ordem atual passou a ser comunidade. Começou-se a prestar atenção na forma como as empresas se relacionam com a comunidade a sua volta, não simplesmente respeitando-a, mas atuando de forma ativa para ajudá-la. É uma nova consciência do contexto social e cultural no qual se inserem as empresas, a chamada responsabilidade social. Tal relacionamento com a comunidade ao redor das empresas, passa obrigatoriamente pela preservação ambiental e prevenção de riscos ambientais julgados desnecessários.

A responsabilidade social está, portanto, intimamente ligada à imagem que as empresas querem ter perante o mercado. A opinião pública acredita que as empresas têm como obrigação, além de gerar empregos, pagar seus impostos e obedecer às leis. Também devem ajudar a desenvolver sua comunidade e seus indivíduos em prol de uma sociedade melhor.

Vaz (2010, p. 38) refere que:

Empresas que protegem o meio ambiente são bem vistas pelo consumidor e por investidores, já havendo, em alguns países, fundos especializados em investir em empresas que protegem o ambiente. Esses fundos têm crescido e apresentado rentabilidade, porque as empresas são também mais lucrativas.

Enfatiza-se nesse ponto, que na atual conjuntura, face à crescente concorrência global, as expectativas dos clientes não se restringem a procura de determinado nível de qualidade a menor custo. Eles estão cada vez mais predisposto a comprar e usar produtos que respeitam o meio ambiente.

Ainda se coloca que a Natura mantém uma relação direta, transparente e constante, com os seus acionistas, investidores e analistas do mercado de capitais. Fornecem informações sobre suas atividades e resultados de acordo com as melhores práticas e conforme as determinações da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), que regula a divulgação das companhias abertas no Brasil, e da BM&FBovespa, onde as ações estão listadas no segmento do Novo Mercado. Procura também ampliar a análise com a abordagem do valor gerado pela sustentabilidade, seja em teleconferências, ou em eventos promovidos por bancos e corretoras no Brasil e no exterior (NATURA, 2019).

De forma conclusiva, apresenta-se que em 2021, a empresa com os melhores índices em relação a sustentabilidade. Em 2021, pelo 17º ano consecutivo, Natura &Co foi listada pela B3 no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), ocupando a quinta posição e incluindo os dados da *The Body Shop* pela primeira vez. Ocorreu nossa oitava inclusão no Índice Dow Jones de Sustentabilidade dentro da NYSE. Além disso, foi classificada como AA+ pela MSCI ESG, tornando-se a única empresa listada na América Latina com essa classificação (NATURA, 2021).

7 CONCLUSÃO

A preocupação com o meio ambiente tem apresentado uma dinâmica diferenciada nas organizações e nas nações nas quais estas se encontram. O mercado não mais aceita o descaso no tratamento dos recursos naturais. Os consumidores estão interessados em produtos limpos. A legislação torna-se mais rígida, imputando sanções aos infratores, obrigando as empresas a encarar com seriedade e responsabilidade a variável ambiental em sua estratégia operacional.

Adequar-se às exigências ambientais dos mercados, governos e sociedade, apesar de levar a empresa a despende um montante considerável, traz benefícios financeiros e vantagens competitivas.

Assim, neste estudado foi dado ênfase sobre a atuação ambiental da empresa Natura, onde percebeu-se que está agindo de maneira responsável com questões voltadas ao meio ambiente, e o principal motivo desta prática é a exigência do mercado, tanto interno como externo, e a conscientização da sociedade brasileira.

A empresa que consegue identificar e controlar seus gastos ambientais pode obter significativo diferencial competitivo, direcionado de forma mais clara suas políticas, agregando valor a sua marca.

Nesse tocante, compreendeu-se que a contabilidade ambiental possui potencial para auxiliar os gestores nesta tarefa, basicamente ela pode ser usada para demonstrar a responsabilidade ambiental da empresa, através da utilização de relatórios contábeis onde deverão ser evidenciados, de forma transparente, os gastos com o controle ambiental.

A contabilidade ambiental traz vários benefícios para as organizações, pois estará diminuindo o passivo ambiental, ou seja, minimizando os gastos, usando de maneira adequada os custos ambientais uma vez que essa organização não mais precisara se preocupar com as perdas ambientais, pois ela estará voltada para que não haja nenhum prejuízo ao meio ambiente, além da preocupação que o mercado consumidor também esta tendo, dando preferência para as organizações que tem uma visão mais ampla, do que apenas o fato de produzir mercadorias com qualidade, mas sim com o intuito de projeção no mercado nacional e internacional sem prejudicar o meio ambiente.

Pode também apresentar benefícios estratégicos como: melhoria da imagem institucional, renovação da carteira de produtos, aumento da produtividade, alto comprometimento do pessoal, melhoria nas relações de trabalho, melhorias das relações com os órgãos governamentais e grupos ambientalistas, acesso assegurado ao mercado externo e melhor adequação aos padrões ambientais. A aplicação dos procedimentos contábeis também

ira contribui para se evitar o desperdício de matéria-prima, água, energia e até os custos para prevenção, não tendo mais gastos com multas e penalidades de poluição, além das vantagens que a empresa pode vir a ter com os certificados ISO 14001, trazendo uma transparência e confiabilidade por parte dos interessados.

Assim, por meio do presente estudo, observou-se que as questões ambientais assumiram uma grande relevância na gestão empresarial, podendo-se afirmar que as medidas legislativas restritivas, por um lado, e a busca de um desenvolvimento sustentável, por outro, são responsáveis por tais mudanças.

Conclui-se que as empresas podem ser desenvolvidas satisfazendo as necessidades do presente sem comprometer as habilidades futuras. E que a contabilidade é um sistema de informação das empresas, para apropriar as necessidades de um crescimento sustentável baseado na responsabilidade social.

Como sugestão para trabalhos futuros, recomenda-se comparar a Natura com outras empresas do setor, avaliando seu nível de sustentabilidade e competitividade, para demonstrar a relação entre essas duas dimensões em um cenário moderno.

REFERÊNCIAS

- ALVES, Júlia et al. Responsabilidade social empresarial e desenvolvimento sustentável: conceitos, práticas e desafios para a contabilidade. **Revista Organizações em Contexto**, v. 8, n. 15, p. 213-238, 2012.
- APPOLINÁRIO, Fábio. **Metodologia da Ciência: filosofia e prática da pesquisa**. 2 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2012.
- AVENDAÑO, C.; WILLIAM, R. Responsabilidade social (RS) e responsabilidade social corporativa (RSC): uma nova perspectiva para as empresas. **Revista Iasallista de investigación**, v. 10, n. 1, p. 152-163, 2013.
- BARBIERI, J. C. & CAJAZEIRA, J. E. R. (2009). **Responsabilidade social empresarial e empresa sustentável: da teoria à prática**. São Paulo: Saraiva.
- BARBOSA, P. R. A. **Índice de sustentabilidade empresarial da bolsa de valores de São Paulo (ISE-BOVESPA): exame da adequação como referência para aperfeiçoamento da gestão sustentável das empresas e para formação de carteiras de investimento orientadas por princípios de sustentabilidade corporativa**. 2007. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto COPPEAD de Administração, 2007.
- BARROS, Dalmo Arantes, *et al.* **Breve análise dos instrumentos da política de gestão ambiental brasileira**. *Política & Sociedade*, 2012, 11.22: 155-180.
- BASTOS, Rafaela Koglin et al. Contabilidade ambiental. **Revista Cultivando o Saber**, v. 5, n. 1, p. 175-187, 2012.
- BEUREN, I. M. (Org.). **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade: BEUREN, I. M. Trajetória da Construção de um Trabalho Monográfico em Contabilidade. In: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 46-75.
- BONELLI, Valério Vitor; ROBLES JR, Antonio. CONTABILIDADE AMBIENTAL COMO FERRAMENTA PARA O GERENCIAMENTO SUSTENTÁVEL. **Revista Científica Hermes**, n. 9, p. 19-38, 2013.
- BOTH, Francielle; FISCHER, Augusto. Gestão e contabilidade ambiental. **Unoesc & Ciência-ACSA, Joaçaba**, v. 8, n. 1, p. 49-57, 2017.
- CAMPOS, L. M. S.; SEHNEM, S. ; OLIVEIRA, M. A. S. **Relatório de sustentabilidade: perfil das organizações brasileiras e estrangeiras segundo o padrão da Global Reporting Initiative**. São Carlos:, 2016.
- CARVALHO, J. R. M.; FREITAS, L. S. Mensuração do comportamento de consumo influenciado por questões ambientais: proposta e validação de uma escala. **Registro Contábil – RECONT**, Maceió, v.4, n.1. p.55-72, 2013.
- CASAGRANDE, J. A. **a contabilidade ambiental com ênfase nos impactos ambientais de uma empresa cerâmica estrutural da região sul de santa catarina**. 2014. 57 f. Tese (Doutorado) - Curso de Ciências Contábeis, Universidade do Extremo Sul Catarinense - Unesc, Criciúma, 2014.

CRESWELL, J. W. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

CUNHA, Darliane Ribeiro et al. Contabilidade ambiental: um estudo sobre a evidenciação das informações ambientais nas demonstrações contábeis das grandes empresas brasileiras. **REA-Revista Eletrônica de Administração**, v. 11, n. 1, 2012.

DA SILVA, Hellen Mikaely Melo. A SUSTENTABILIDADE COMO VANTAGEM COMPETITIVA: UM OLHAR SOBRE O TRIPÉ DA SUSTENTABILIDADE. **Revista Multidisciplinar de Educação e Meio Ambiente**, v. 2, n. 3, p. 80-80, 2021.

DIAS, R. **Responsabilidade social: fundamentos e gestão** – São Paulo: Atlas, 2012.

FEIL, Alexandre André et al. Análise do nível de conhecimento do profissional contábil acerca da contabilidade ambiental e suas variáveis intervenientes. **REVISTA AMBIENTE CONTÁBIL-Universidade Federal do Rio Grande do Norte-ISSN 2176-9036**, v. 9, n. 1, p. 223-245, 2017.

FERNANDES, F. S.; SIQUEIRA, J. R. M.; GOMES, M. Z. **A decomposição do modelo da Global Reporting Initiative (GRI) para avaliação de relatórios de sustentabilidade**.

FLOR, Rui Vila; DAVID, Fátima; EUGÉNIO, Teresa. **Implementação da contabilidade ambiental no contexto das práticas de responsabilidade social**. In: Conferência- Investigação e Intervenção em Recursos Humanos. 2010.

FUKS, Maurício. **Reflexões sobre o paradigma da economia ecológica para a gestão ambiental**. Estudos avançados, 2012, 26.74: 105-120.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4. Ed. São Paulo: atlas, 2002.

GOMES, A. R. V; Strassburg, U.; MELLO, G. R. (2019). **Qualidade da informação contábil e governança corporativa: Uma análise da produção científica internacional**. Revista de Governança Corporativa, 6(1).

HELLVIG, Eliana Leal; FLORES-SAHAGU, Thais Helena Sydenstricker. Desenvolvimento Sustentável para empresas brasileiras: a nova proposta da Economia Hipocarbônica como estratégia de obtenção de lucros através dos créditos de carbono. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 5, p. 25456-25472, 2020.

HIGUERA OJITO, Victor Hugo et al. Contabilidade ambiental, tendências investigativas mundiais. **Producción+ Limpia**, v. 12, n. 1, p. 88-96, 2017.

IUDICIBUS, Sergio de; MARION, Jose Carlos. **Introdução à teoria da contabilidade: para o nível de graduação**. 4. ed São Paulo: Atlas, 2007. 288p.

JABBOUR, C. J. C.; SANTOS, F. C. A.; BARBIERI, J. C. **Gestão ambiental empresarial: um levantamento da produção científica brasileira divulgada em periódicos da área de administração entre 1996 e 2005**. Revista de Administração Contemporânea, Rio de Janeiro, v. 12, n. 3, p. 689-715, 2008.

JÚNIOR, Erivaldo Santos et al. **A contabilidade ambiental como instrumento de responsabilidade social empresarial**. Revista Hórus, v. 17, n. 01, p. 01-19, 2022.

LOUREIRO, Carlos Frederico Bernardo; SAISSE, Maryane Vieira; CUNHA, Cláudia Conceição. **Histórico da educação ambiental no âmbito federal da gestão ambiental pública: um panorama da divisão do IBAMA à sua reconstrução no ICMBio**. Desenvolvimento e Meio Ambiente, 2013, 28.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 10ª ed. São Paulo (SP): Hucitec, 2010.

MORAES, Luis Fernando Salles et al. Desenvolvimento sustentável e insolvência: um estudo de empresas brasileiras. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v. 3, n. 2, p. 39-57, 2014.

NATURA. **Relatório Anual 2018**. Disponível em: https://static.rede.natura.net/html/2019/a-natura/pdf/relatorio_anual_natura_2018.pdf. Acesso em: 09 de Jun. de 2022.

NATURA. **Relatório Anual 2019**. Disponível em: https://static.rede.natura.net/html/home/2020/br_05/relatorioanual/relatorio_anual_natura_2019.pdf. Acesso em: 05 de Jun. de 2022.

NATURA. **Relatório Anual 2020**. Disponível em: <https://www.natura.com.br/relatorio-anual>. Acesso em: 09 de Fev. de 2022.

NATURA. **Relatório Anual 2021**. Disponível em: <https://www.natura.com.br/relatorio-anual>. Acesso em: 23 de Jul. de 2022.

NAUJACK, Jakeline; FERREIRA, Josleimara Luzia; STELA, Eder Rogério. Contabilidade ambiental: uma revisão de conceitos. **VII ENPPEX**, 2011.

ORSIOLLI, Thálita Anny Estefanuto; NOBRE, Farley Simon. Empreendedorismo sustentável e stakeholders fornecedores: criação de valores para o desenvolvimento sustentável. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 20, p. 502-523, 2016.

PAIVA, Paulo Roberto de. **Contabilidade Ambiental: evidenciação dos gastos ambientais**

PEREIRA, Adriana Camargo; DA SILVA, Gibson Zucca; CARBONARI, Maria Elisa Ehrhardt. **Sustentabilidade, responsabilidade social e meio ambiente**. Saraiva Educação SA, 2017.

PINTO, Anacleto L.; RIBEIRO, Máisa de S. **Balanco Social: a avaliação das informações fornecidas por empresas industriais situadas no estado de Santa Catarina**. Revista Contabilidade & Finanças, n.36, p. 21-34, 2014.

RABELO, N. S.; SILVA, C. E.. **Modelos de indicadores de responsabilidade socioambiental corporativa**. Revista Brasileira de Administração Científica, Aquidabã, v.2, n.1, 2016.

RIBEIRO, Maisa de Souza. **Contabilidade Ambiental**. São Paulo: Saraiva, 2005.

RODRIGUES, M.G; COSTA, F.J.P. **Qualidade, sustentabilidade e responsabilidade social corporativa**. Revista Brasileira de Administração Científica, Aquidabã, v.4, n.1, p.144- 154, 2013.

SCHIAVI, B. M. S; ISTVAN, B. (2014). **Gestão ambiental e estratégia empresarial: um estudo em uma empresa de cosméticos no Brasil**. *Gestão & Produção*, 21(1), 171-184. <https://doi.org/10.1590/S0104-530X2014000100012>.

SILVA, Carlos EM et al. Desenvolvimento sustentável. **Um conceito multidisciplinar**. In: **SILVA, CL**, p. 11-40, 2012.

SILVA, E. A. ; FREIRE, Otávio Bandeira de Lamônica; SILVA, Filipe Quevedo Pires de Oliveira e. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade – GeAS**. 2014. 19 f. Tese

SILVA, José Felipe Pereira da. Responsabilidade social e meio ambiente: a contabilidade como ferramenta essencial ao desenvolvimento sustentável. **Revista Brasileira de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**, v. 6, n. 12, p. 67-80, 2019.

SILVA, Vanessa Meneses; DE LUCENA, Wenner Glaucio Lopes. Contabilidade ambiental: análise da participação no índice de sustentabilidade empresarial (ISE) e a rentabilidade das empresas listadas na [B] 3. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 19, n. 2, p. 109-125, 2019.

TENÓRIO, Organizador Fernando Guilherme. **Responsabilidade social empresarial: teoria e prática: teoria e prática**. Editora FGV, 2015.

TINOCO, J. E. P.; KRAEMER, M. E. P. **Contabilidade e gestão ambiental**. São Paulo: Atlas, 2004.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Contabilidade e gestão ambiental**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio; KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Contabilidade ambiental e gestão ambiental**. São Paulo: Atlas, 2016. p.11-15, p. 46, p. 89-101, p. 64-65, p. 153, p. 154 – 155, p.156, p. 158 – 159, P. 164.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio; Robles, Léo Tadeu. A contabilidade da gestão ambiental e sua dimensão para a transparência empresarial: estudo de caso de quatro empresas brasileiras com atuação global. **Porto e Meio Ambiente • Rev. Adm. Pública** 40 (6). Dez 2006 .

VAZ, Caroline Rodrigues, *et al.* Sistema de gestão ambiental em instituições de ensino superior: uma revisão. **Revista Gestão da Produção Operações e Sistemas**, 2010, 3.