

**UNESP – Universidade Estadual Paulista
FCAV – Faculdade de Ciências Agrárias e Veterinárias de Jaboticabal
Departamento de Economia, Administração e Educação**

Bruno Martins de Assis, Marcelo Giroto Rebelato, Andreia Marize Rodrigues

**RESPONSABILIDADE AMBIENTAL: UMA ANÁLISE DA EVOLUÇÃO DOS
RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE DO GRUPO KLABIN**

A partir de meados dos anos 1960, a corrente ambientalista ganhou força dentre as nações industriais desenvolvidas, principalmente em 1970, quando os argumentos passaram a ser embasados cientificamente. Justifica-se que a responsabilidade social está firmando bases em razões de negócio, pois numa sociedade globalizada, ultracompetitiva é mais bem informada, os consumidores têm amplo poder de escolha e já não basta oferecer um bom produto, é necessário vender também a imagem da empresa. A população tem grande influência no incentivo à cidadania corporativa, que se dá de duas maneiras: pressão e recompensas. No primeiro modo de incentivo, os consumidores boicotam as empresas que agem de maneira desrespeitosa com o meio ambiente, já no segundo, passam a preferir empresas que respeitam o meio, o que proporciona um maior lucro de longo prazo para essas. O trabalho, objetivou analisar o nível de evidenciação ambiental dos relatórios de sustentabilidade do Grupo Klabin, bem como analisar quais foram as mudanças do primeiro relatório divulgado pela empresa em comparação ao seu último relatório de sustentabilidade publicado. Para atender os objetivos deste trabalho, foi utilizada uma abordagem qualitativa, descritiva, com uma pesquisa documental. Foram utilizados trinta e dois indicadores comparativos para mensurar a evolução dos relatórios e oito elementos para classificar o nível de transparência das informações. O resultado evidenciou que houve uma pequena evolução na profundidade com que os indicadores são abordados entre o primeiro relatório e o último relatório divulgado. Contudo, a quantidade de temas abordados deve ser aumentada. Quanto à evidenciação dos aspectos socioambientais a o relatório da Klabin permitiu identificar que apenas dois dos dez itens eram devidamente apontados pela empresa.

1. Introdução

A partir de meados dos anos 1960, a corrente ambientalista ganhou força dentre as nações industriais desenvolvidas, principalmente em 1970, quando os argumentos passaram a ser embasados cientificamente. Assim, o discurso volta-se ao próprio processo produtivo, como uma crítica ao consumo excessivo de recursos, geração de resíduos e poluição de recursos hídricos (DEMAJOROVIK, 2003).

A partir da década de 70, num processo que se alongou por uma década, os ambientalistas mudaram a crença de que num sistema desenvolvimento e degradação caminham juntos, para um no qual a defesa do desenvolvimento econômico deveria ser pensada de maneira sustentável para o meio ambiente (BORGES; ROSA; ENSSLIM, 2010).

Os termos desenvolvimento e sustentabilidade foram unidos e inicialmente empregados em 1987 pela Comissão Brundtland como “um desenvolvimento que permite às gerações presentes satisfazer suas necessidades sem impedir que as gerações futuras o façam”.

O desenvolvimento sustentável popularizou-se a partir de 1992, quando foi o tema central da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (“Cúpula da Terra”) que aconteceu no Rio de Janeiro. As nações reunidas na “Cúpula da Terra” definiram um plano de ação global rumo ao desenvolvimento sustentável denominado “Agenda 21”, pautado em três pilares: a igualdade social, o meio ambiente e a viabilidade econômica (LAVILLE, 2009). Esta nova conscientização calcada em pilares além do desempenho econômico trouxe novas preocupações e novos objetivos para as organizações, podendo-se destacar o desempenho socioambiental (BORGES; ROSA; ENSSLIM, 2010).

A responsabilidade socioambiental traz à tona a ideia de que a empresa é responsável por seus atos, e que aceita prestar contas sobre a maneira como honra seus compromissos e que avalia suas práticas e impactos com transparência (LAVILLE, 2009). Diante disso, as organizações passaram a relatar aspectos socioambientais em seus relatórios, aderir a sistemas de gestão ambiental e investir em procedimentos a fim de reduzir seus impactos no meio ambiente (ROVER; BORBA, BORGERT, 2008).

Representantes de marketing passaram a possuir um enorme desafio a partir de então, uma vez que a construção da imagem de uma marca não consiste em camuflar a realidade, mas em evidenciar sua merecida reputação (LAVILLE, 2009). Porém, não se pode ignorar que publicitários e diretores de comunicação ainda utilizam recursos como o chamado *greenwash* (“pincelada verde”), ou seja, promoções de marketing que se mascaram de atitudes de responsabilidade ambiental promovidas pela empresa (LINS; SILVA, 2009).

Cohen (1999) justifica que a responsabilidade social está ficando bases em razões de negócio, pois numa sociedade globalizada, ultracompetitiva e mais bem informada, os consumidores têm amplo poder de escolha e já não basta oferecer um bom produto, é necessário vender também a imagem da empresa.

A população tem grande influência no incentivo à cidadania corporativa, que se dá de duas maneiras: pressão e recompensas. No primeiro modo de incentivo, os consumidores

boicotam as empresas que agem de maneira desrespeitosa com o meio ambiente, já no segundo, passam a preferir empresas que respeitam o meio, o que proporciona um maior lucro de longo prazo para essas (COHEN, 1999).

As empresas de papel e celulose são comumente relacionadas às atividades danosas ao meio ambiente e de risco de acidente ambientais a longo prazo (LINS; SILVA, 2009). Perante este cenário, tem-se a seguinte questão como problema: “Quais são as práticas de responsabilidade ambientais praticadas e quais foram os aspectos que evoluíram do último relatório (2015) frente ao primeiro relatório (2008) de sustentabilidade do Grupo Klabin?”. O objetivo deste trabalho foi analisar o nível de evidenciação ambiental dos relatórios de sustentabilidade do Grupo Klabin, bem como analisar quais foram as mudanças do primeiro relatório divulgado pela empresa em comparação ao seu último relatório de sustentabilidade publicado.

2. Metodologia

Para atender os objetivos deste trabalho, foi utilizada principalmente uma abordagem qualitativa uma vez que para analisar o nível de evidenciação ambiental dos relatórios de sustentabilidade do grupo Klabin é indispensável o conhecimento da realidade destas empresas, trabalhando-se, portanto, com opiniões subjetivas na geração de informações objetivas. STRAUSS & CORBIN (1990) definiram pesquisa qualitativa como um tipo de pesquisa na qual os resultados não são obtidos mediante procedimentos estatísticos, procurando descrever e promover o entendimento de uma determinada realidade.

A opção pela utilização de uma abordagem qualitativa foi devido ao fato que este procedimento metodológico abriga várias técnicas que procuram descrever e traduzir a questão principal, promovendo o entendimento do problema. O método qualitativo é mais direcionado à compreensão dos fatos do que à mensuração de fenômenos (YIN, 1994).

A pesquisa qualitativa é adequada a estudos de assuntos complexos, permitindo ao pesquisador a obtenção de informações mais detalhadas e um aprofundamento da questão a ser estudada, devido à riqueza dos detalhes obtidos.

O pesquisador conduz o trabalho a partir de um plano estabelecido, com variáveis definidas. Essa pesquisa não busca enumerar e/ou medir os eventos estudados, nem emprega instrumento estatístico na análise dos dados. Parte de questões de interesses amplos, que vão se definindo a medida que o estudo se desenvolve (GODOY, 1995).

A metodologia utilizada para realização desta pesquisa pode ainda ser caracterizada como descritiva. “Quando se diz que uma pesquisa é descritiva, se está querendo dizer que se limita a uma descrição pura e simples de cada uma das variáveis, isoladamente, sem que sua associação ou interação com as demais seja examinada” (CASTRO, 1977, p. 66).

Na coleta de dados da pesquisa foi empregado o procedimento de pesquisa documental, que para Raupp e Beuren (2013) uma pesquisa pode ser considerada como documental quando, entre outros fatores, ela pode organizar informações que estão dispersas, atribuindo-lhes uma nova importância como fonte de consulta.

Ao se fazer a análise comparativa entre os relatórios buscou-se a evolução do conteúdo abordado. Os elementos de evidenciação ambiental analisados na pesquisa seguiram o levantamento feito por Borges, Rosa e Ensslin (2010) sobre os aspectos que mais aparecem em relatórios de sustentabilidade de empresas de papel e celulose, quais sejam: (1) Certificação do FSC; (2) Celulose Isenta de Cloro Elementar; (3) Cisterna de Queima de Gases; (4) Unidade de Cogeração de Energia; (5) Adequação às normas ambientais; (6) Pré-branqueamento de O2 e recuperação de produtos químicos; (7) Combustíveis de Caminhão com menores teores de Enxofre; (8) Utilização de frotas de caminhão além da própria; (9) Manejo florestal; (10) Utilização de vias fluviais para o carregamento da madeira; (11) Manutenção da biodiversidade; (12) Monitoramento Ambiental em microbacias; (13) Projetos focados na Educação Ambiental junto à comunidade e colaboradores; (14) Reciclagem e otimização de recursos; (15) Redução de Emissões Atmosféricas; (16) Sistema de tratamento de efluentes; (17) Redução de carga específica de DQO e DBO; (18) Redução do Consumo de Água; (19) Crédito de Carbono; (20) Fomento Florestal; (21) Respeito na ocupação do solo; (22) Colheita Especializada de forma a diminuir o impacto ambiental; (23) Defensivos Agrícolas menos tóxicos; (24) Controle de odores; (25) Projeto contra atropelamento de animais; (26) Monitoramento para evitar impactos ambientais; (27) Pesquisas para manter o desenvolvimento da fauna e da flora; (28) Reflorestamento; (29) Programa de recuperação de nascentes e áreas degradadas; (30) Reserva florestal; (31) Inclui critérios ambientais em contratos com fornecedores; (32) Construção e manutenção de estradas ecologicamente corretas.

Além dos elementos de evidenciação comparativos, foram analisados alguns indicadores sobre informação divulgada, índices elaborados por Lins e Silva (2009), a fim de avaliar o nível de transparência dos relatórios de sustentabilidade. Estes itens abrangem: valor dos investimentos em meio ambiente; multas recebidas relativas a aspectos ambientais; eventos ambientais patrocinados pela empresa; prêmios e certificações relativos a meio ambiente; prestação de contas de metas ambientais previstas no ano anterior; emissões, efluentes e resíduos comparados em anos anteriores; integrante do índice Dow Jones de sustentabilidade; e consumo de água e energia com relação ao ano anterior.

Sobre o objeto de estudo, A Klabin, foi escolhida de maneira proposital, sobre o critério da conveniência, é a maior produtora e exportadora de papéis do Brasil, líder na produção de papéis e cartões para embalagens, embalagens de papelão ondulado e sacos industriais, além de comercializar madeira em toras. É também a única do país a fornecer simultaneamente ao mercado celulose de fibra curta (eucalipto), celulose de fibra longa (pínus) e celulose fluff. Empresa brasileira, fundada em 1899, possui atualmente 17 unidades industriais, 16 no Brasil, localizadas em oito estados, e uma na Argentina.

3. Fundamentação Teórica

Nas últimas três décadas um número crescente de companhias tem se conscientizado que o sucesso empresarial é algo muito mais amplo do que o market share ou a taxa de o retorno sobre os investimentos (ROI), pois qualquer tipo de operação de fabricação inevitavelmente tem efeitos nocivos sobre o ar, as águas ou o solo. Ou seja, muitas empresas não desejam contribuir para um legado de destruição a ser deixado para as futuras gerações. Por outro lado, outras empresas, seja por causa de pressões legais ou por vislumbrarem preocupação com uma

imagem corporativa possivelmente associada com a destruição dos ecossistemas ou com os impactos nocivos à saúde humana, têm sido impelidas a repensar suas posturas ambientais.

Para Truffi, Zen e Camargo (2010), a busca do desenvolvimento econômico assegurado à responsabilidade sócio ambiental tem conduzido diversas organizações, particularmente indústrias, a adotar diversas práticas de controle ambiental, que objetivam principalmente a busca de uma melhor qualidade de vida para a humanidade e a minimização dos impactos negativos causados por suas atividades.

São três as principais razões para que uma empresa invista em aspectos socioambientais: aumento das pressões sociais; é um investimento que cortará custos fixos de produção; é uma inovação política que pode fazer parte de uma estratégia de excelência (COHEN, 1999).

Pode-se, também, ressaltar que outro fenômeno mundial é o crescente número de empresas que informam publicamente suas práticas socialmente responsáveis. Essas ações são divulgadas para o público interno e externo à organização, de acordo com os interesses e expectativas de seus *stakeholders* (MILANI FILHO, 2008).

A evidenciação das práticas sociais e ambientais responsáveis permite a transparência de informações a todos os envolvidos, além de demonstrar-se em conformidade com a lei (BORGES; ROSA; ENSSLIM, 2010).

Este fenômeno de prestação de contas é recente. Para merecer o direito simbólico de exercer sua atividade a organização deve ser capaz de responder por seus impactos perante aos públicos que diretamente ou indiretamente são afetados por sua atividade, ou seja, às partes interessadas (LAVILLE, 2009).

Laville (2009) afirma que o trabalho de identificação das partes interessadas é primordial à empresa em vias ao desenvolvimento sustentável: tendo em mente que os diferentes pontos de vista é que marcam sua reputação e sua prosperidade a longo prazo, a empresa responsável busca promover com as diversas partes interessadas um discurso honesto, claro e transparente, mantendo ou renovando a confiança destes públicos para com a empresa. Ainda de acordo com Laville (2009), esse não é apenas um caminho para as empresas responsáveis, a incorporação de elementos ligados aos ambientes sociais e naturais, é uma necessidade estratégica que a organização não pode solucionar sozinha. Destarte a comunicação exerce um papel fundamental para o diálogo entre as partes envolvidas e para a mensuração dos impactos diretos e indiretos das decisões empresariais.

É óbvio que a evidenciação de suas informações pode trazer riscos, principalmente quando se fala de transmitir suas falhas, preocupações e insucessos, contudo, fechada às informações externas, a empresa tem menos capacidade de adiantar-se em desafios e em necessidades do público, o que lhe abre uma margem de risco maior ainda (LAVILLE, 2009).

As ações sociais podem gerar resultados diretos e indiretos que se revertem em lucro no longo prazo. Quando tais ações são conhecidas pela sociedade e consumidores, podem influenciar no momento da decisão de compra. Quando a organização utiliza de certas ações para promover a sua imagem, podemos classificar como marketing social, que foca no bem-

estar da sociedade, ou marketing ambiental, que foca no bem-estar do meio ambiente (KAGOHARA; SPERS; SPERS, 2010).

Ainda de acordo com Kagohara; Spers e Spers (2010) o marketing ambiental está inserido no marketing social, visto que o meio ambiente faz parte do bem-estar da sociedade. A maior questão é que o meio ambiente está em um estado grave, afetando a todos, necessitando não somente de remediação, mas de uma rápida prevenção.

Mesmo levando-se em conta a inovação deste diálogo, percebe-se que os mais interessados ainda são os acionistas dessas corporações. Eles necessitam de informação sobre os ativos que estão aplicando e desejam afastamento sobre qualquer obrigação de ordem ambiental, o que exige prévio investimento na área. Para os acionistas, sedentos por informação, criou-se a Contabilidade Ambiental (BORGES; ROSA; ENSSLIM, 2010).

De acordo com Borges; Rosa; Ensslim (2010), ela foca-se em aspectos sociais e ambientais, e possui grande utilidade para o processo de comunicação entre as empresas e as partes interessadas, quando se trata de defesa do meio ambiente, por dois motivos: identifica e fornece material informacional para haver controle dos impactos ambientais; fortalece a imagem de uma empresa socialmente e ambientalmente responsável, evidenciando um conjunto de informações transparentes sobre o meio ambiente para os *stakeholders*.

Quando se trata de evidenciação de informação, em contabilidade, utiliza-se o termo *disclosure*, comumente utilizado como sinônimo da mesma. Devido a maior importância das informações socioambientais, as empresas já associaram a divulgação de suas preocupações com o meio ambiente a fim de obterem credibilidade e confiabilidade aos usuários dessa informação, especialmente aos acionistas, este é *disclosure* ambiental (LINS; SILVA, 2009).

O entendimento sobre *disclosure* ambiental associa-se às melhores práticas rumo à boa governança corporativa, o que leva para outro tópico referente à gestão socioambiental: a boa governança (LAVILLE, 2009; LINS; SILVA, 2009).

Pautada em responsabilidade social, o conceito de estrutura de governança estende-se para além da capacidade dos gerentes de elevar as considerações dos acionistas em sua forma de direcionar a estratégia, englobando as demais partes envolvidas. Este posicionamento empresarial toma novas questões por base como a representatividade de assalariados ou de demais partes interessadas em reuniões para que assuntos não financeiros também sejam abordados em seu mais alto nível. Algumas organizações já estão nomeando especialistas em desenvolvimento sustentável, responsáveis por debater e levantar as questões socioambientais, enquanto outras empresas estão encarregando ou criando novos comitês específicos, a fim de garantir o sucesso dessas questões (LAVILLE, 2009).

Em 1972 foi realizada em Estocolmo a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, onde a questão da educação ambiental foi apontada como uma ação necessária entre as políticas públicas para a preparação do ser humano para viver em harmonia com o ambiente. A divulgação do desempenho ambiental das empresas por meio de relatórios é um meio importante para promover a educação ambiental, essencial para a formação de grupos sociais ambientalmente responsáveis. A meta da educação ambiental é desenvolver uma

população mundial consciente e preocupada com o meio ambiente para atuar individual e coletivamente na busca de solução dos problemas atuais e para a prevenção de novos problemas (BARBIERI, 2006).

A fim de atender esta necessidade de formalizar e diminuir a assimetria informacional foram criados inúmeros guias, diretrizes e certificações como incentivo à publicação de relatórios sobre sustentabilidades, dentre alguns se destacam: NBR 16001 (Associação Brasileira de Normas Técnicas), GRI Sustainability Report (Global Reporting Initiative), AS 8000 (Social Accountability Institute), AA 1000 (Institute of Social and Ethical Accountability), Indicadores de Responsabilidade Social (Instituto Ethos), Pacto Global (Organização das Nações Unidas), além do Balanço Social (LINS; SILVA, 2009; MILANI FILHO, 2008).

De maneira geral as práticas da boa gestão de comunicação e do bom governo corporativo relacionadas à empresa responsável e aos aspectos socioambientais trazem benefícios palpáveis. Ações direcionadas para a satisfação de necessidades do público interno, tal como treinamento e benefícios, transformam-se em investimentos ao capital humano, que se pode tornar sua vantagem competitiva ou seu diferencial estratégico. Ações voltadas para melhorar o relacionamento com os *stakeholders* externo, como acionistas, fornecedores e clientes, favorecem o poder de barganha, de negociação e de aquisição, elevando a competitividade da empresa. O cumprimento de obrigações legais evita penalizações a organização e seus gestores e melhora a imagem da mesma. O investimento em equipamentos de proteção ambiental evita multas por descaso ao meio ambiente e penalizações por órgãos ambientalistas. Todas essas atitudes contribuem para a sustentabilidade da organização e contribuem para a imagem da empresa, seus resultados futuros e seu valor de mercado (MILANI FILHO, 2008).

A seguir será analisado o grau de evidenciação das informações socioambientais do Grupo Klabin e a evolução destes aspectos abordados levando em consideração seu último relatório demonstrado (2015) frente ao seu primeiro relatório de sustentabilidade publicado (2008).

4. Resultados e Discussões

Tomando por base o conhecimento sobre a empresa e a divulgação de seus Relatórios de Sustentabilidade, ao confrontar o primeiro relatório por ela divulgado frente ao último a principal mudança foi no tangente à profundidade dos temas abordados em seus relatórios, que aumento. No primeiro relatório de 2008, dezessete dos trinta e dois itens elencados foram contemplados, alguns deles como o tratamento de efluentes e da carga específica de DQO e DBO constam no relatório, e se apresentam em índices mais reduzidos do que nos anos anteriores.

O Relatório de Sustentabilidade do Grupo Klabin datado de 2015, por sua vez, apresentou apenas onze dos elementos elencados dos indicadores socioambientais. No relatório mais recente a empresa publicou informações sobre emissões atmosféricas, tratamento de efluentes, certificações, além de outros itens que já constavam em seu primeiro relatório, como

educação ambiental e reciclagem, porém, deixou de lado informações importantes, como as cargas específicas de DQO e DBO.

Em nenhum dos 2 relatórios a empresa discorre sobre suas operações logísticas, portanto, uso de caminhões, uso de frotas extras e utilização de vias fluviais.

Quanto a diretrizes críticas que não foram relatadas em ambos os relatórios pode-se destacar que a empresa não menciona se a celulose é isenta de cloro elementar, se possui cisterna para a queima de gases, se há tratamento de odores e se ocorre o processo de pré-branqueamento com O₂. A omissão destes elementos impossibilita, por exemplo, a visão geral sobre onde se concentram os processos críticos quando se trata de sustentabilidade na indústria de papel e celulose e é, de acordo com pesquisas, o processamento da celulose a etapa mais poluidora dentre as demais (OLIVA et al, 2012).

No que tange a fauna e a biodiversidade animal, por sua vez, no relatório de 2008, a empresa evidencia uma grande preocupação com esse tema, explicitando que foi a primeira empresa brasileira a receber o prêmio “*Rainforest Alliance*”. Ressalta ainda que em 2008, fechou o ano com 83 hectares de floresta nativa cultivada, para cada 100 plantados. Sua principal forma de atuação nesse quesito é o plantio em mosaico, formando então corredores ecológicos, possibilitando a biodiversidade e reduzindo o risco de impactos ambientais. No seu último relatório, a empresa reduz um pouco a importância desse tema, mas lembra que ainda atua com o plantio em mosaico, e acrescenta que mantém parceria com a Associação Pró-Muriqui, que em um de seus corredores ecológicos, atua na luta contra a extinção desse macaco ameaçado.

De maneira geral não houve uma grande evolução entre os Relatórios de Sustentabilidade averiguados, visto que a empresa preferiu focar em determinados pilares-chaves, e deixou alguns outros de lado. Um dos motivos pode ter sido a adoção do GRI *Sustainability Report (Global Reporting Initiative)*, que alinha as informações e diminui a assimetria, além de tornar-se padrão para as demais empresas (MILANI FILHO, 2008). Este novo sistema de disposição da informação, além de contribuir para a organização da informação auxiliou graficamente o projeto, que está visualmente mais limpo e claro.

Quando se sublinha a questão de transparência na comunicação e evidenciação de informações a Klabin ainda possui pontos a acrescentar. Dentre as oito informações salientadas para comprovação do índice apenas três estavam presentes em seu primeiro Relatório de Sustentabilidade, e no último esse número ainda cai, para apenas duas. No seu primeiro relatório estavam presentes o Valor do Investimento em Meio Ambiente; Prêmios e Certificações; e o Consumo de Água e Energia Comparativos. No relatório de Sobre tais itens a empresa, inclusive, disponibiliza dados de dois anos ou mais o que permite a comparação. A empresa não discorre sobre o valor dos investimentos em Meio Ambiente.

A grande lacuna de informação encontra-se na ausência de informação sobre multas e ocorrências ambientais e a prestação de contas sobre metas ambientais. A empresa não menciona se as metas estipuladas para o ano foram ou não cumpridas ou mesmo se há metas relacionadas à sustentabilidade.

Embora tenha evidenciado informações importantes sobre aspectos socioambientais e seja perceptível a evolução no que tange a profundidade dos temas abordados em seus relatórios de sustentabilidade, a Klabin precisa tornar mais transparente quanto a dados referentes ao nível de poluição em seu processo produtivo, multas e inadequações com leis e transparecer se houve cumprimento ou não das metas pré-estabelecidas.

5. Considerações Finais

A partir de 1992, quando o conceito de sustentabilidade passou a ser mais popularizado era evidente que não tardaria para organizações passarem a incorporar estes elementos em seus discursos e seria base para novos planos e estratégias. A comunicação com os *stakeholders*, principalmente com acionistas, é fundamental para o bom desempenho empresarial, bem como uma boa estrutura de governança que envolva todos que são afetados pelas decisões da empresa.

A Klabin torna público desde 2008 o Relatório de Sustentabilidade, onde explicita suas práticas, medidas e ações socioambientais. Uma análise feita a partir destes dados permitiu averiguar em quais aspectos a empresa evoluiu desde seu primeiro relatório ao último e averiguar o nível de evidenciação da informação, que permite averiguar a transparência das informações.

Foram utilizados trinta e dois indicadores comparativos para mensurar a evolução dos relatórios e oito elementos para classificar o nível de transparência das informações. O resultado permitiu vislumbrar que houve uma pequena evolução entre o primeiro relatório e o último relatório divulgado, quando a profundidade dos temas é levada em conta. Contudo, ainda há pontos a serem melhorados, como a quantidade de temas abordados. Quanto à evidenciação dos aspectos socioambientais a o relatório da Klabin permitiu identificar que apenas dois dos dez itens eram devidamente apontados pela empresa. Itens importantes como metas e multas e ocorrência não foram abordados pela empresa.

6. Referências Bibliográficas

BARBIERI, J. C. Gestão Ambiental Empresarial: Conceitos Modelos e Instrumentos. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

BORGES, A. P.; ROSA, F. S. da; ENSSLIN, S. R. Evidenciação voluntária das práticas ambientais: um estudo nas grandes empresas brasileiras de papel e celulose. Prod. [online]. 2010, vol.20, n.3, pp. 404-417.

CASTRO, Cláudio de Moura. A prática da pesquisa. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1977.

COHEN, David. Artigo: Empresa e Sociedade, a lei do mais fraco. São Paulo, revista EXAME (Encarte - A Empresa do Novo Milênio). Edição 704,22 de dezembro 1.999. Pág. 88-106.

DEMAJOROVIC, J. Sociedade de Risco e Responsabilidade Socioambiental – Perspectivas para educação corporativa. 2003, São Paulo, Editora Senac.

GODOY, A.S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v.35, n.3, p.20-29, 1995.

KAGOHARA, M. S.; SPERS, E. E.; SPERS, V. R. E. Preferência do Consumidor sobre os Atributos da Responsabilidade Sócio-Ambiental. In: Responsabilidade Social: Conceios, Experiências e Pesquisas. 1. ed. Itui: Ottoni, 2010. cap 5, p. 79 - 101.

LAVILLE, Élisabeth. A empresa verde. Paris: ÔTE, 2009

LINS, L. S.; SILVA, R. N. S. Responsabilidade Sócio-Ambiental ou Greenwash: uma avaliação com base nos relatórios de sustentabilidade ambiental. In: Encontro Nacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente - ENGEMA, 9., 2009, Curitiba. Anais.

MILANI FILHO, Marco Antonio Figueiredo. Responsabilidade social e investimento social privado: entre o discurso e a evidenciação. Rev. contab. finanç. [online]. 2008, vol.19, n.47, pp. 89-101. ISSN 1808-057X.

OLIVA, Fábio Lotti et al. Desenvolvimento Sustentável: análise das relações interorganizacionais na indústria de celulose e papel. Ambient. soc. [online]. 2012, vol.15, n.1, pp. 70-92. ISSN 1809-4422

Raupp, F. M. & Beuren, I. M. (2013). Metodologia da Pesquisa Aplicada às Ciências Sociais. In: Ilse Maria Beuren. (Org.). Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade: Teoria e Prática. 3ª ed. 8ª reimpressão. São Paulo: Atlas, p. 76-97.

ROVER, S; BORBA, J.A; BORGERT, A. Como as empresas classificadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) evidenciam os custos e investimentos ambientais? Custos e @gronegocio [online] v. 4, n. 1 - Jan/Abr - 2008.

STRAUSS, A., CORBIN, J. Basics of qualitative research. Grounded Theory Procedures and Techniques. USA: Sage Publications, 1990.

TRUFFI, M; ZEN, M. J. C. M; CAMARGO, S. H. C. R. V. A interação entre o Sistema de Gestão Ambiental (SGA) e a contabilidade Ambiental nas empresas. In: SPERS, V. R. E; SIQUEIRA, E. S. Responsabilidade Social: Conceitos, experiências e pesquisas. Itu: Ottoni Editora, 2010.

YIN, R.K. Case study research. Design and methods. 2a.ed. USA: Sage Publications, 1994.