

A CONTABILIDADE NUM CONTEXTO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL: O CASO DO AMBIENTE

Ana Maria Bandeira
bandeira@iscap.ipp.pt

RESUMO

A responsabilidade social das empresas, especificamente no que toca às questões ambientais tem vindo a assumir uma preocupação crescente e isso reflecte-se na Contabilidade.

De facto, compete à Contabilidade, como elo de ligação entre a comunidade e as empresas, identificar e medir a contribuição social da empresa, que inclui não só os custos e os proveitos sociais fáceis de identificar e medir, mas também aqueles que surgem das externalidades que afectam os diferentes grupos sociais.

Com este trabalho analisa-se a responsabilidade social das empresas, tendo particularmente em conta o caso ambiental. Adicionalmente, examina-se o papel da Contabilidade num contexto de responsabilidade social tendo em conta a normalização nacional, regional e internacional existente.

Palavras-chave: Contabilidade Financeira; Responsabilidade Social; Ambiente; Contabilidade Ambiental; Contabilidade Social; Normas Internacionais de Contabilidade.

SUMÁRIO

1. Introdução
2. Responsabilidade Social das Empresas
 - 2.1. Algumas considerações sobre responsabilidade social
 - 2.2. Aparecimento da responsabilidade social das empresas e os benefícios associados
3. Contabilidade num Contexto de Responsabilidade Social e Ambiental
 - 3.1. Relação da Contabilidade com a responsabilidade social
 - 3.2. Conceptualização da Contabilidade Social e suas divisões

4. Contabilidade Ambiental
 - 4.1. As motivações e os vários tipos de Contabilidade Ambiental
 - 4.2. Objectivos da Contabilidade Ambiental
 - 4.3. Os desafios da Contabilidade Ambiental
 - 4.4. Normas sobre a incidência do meio ambiente na informação financeira
5. Avaliação e Comunicação do Desempenho Ambiental e da Sustentabilidade das Empresas
 - 5.1. A necessidade de novas ferramentas de avaliação
 - 5.2. Relatórios ambientais ou de sustentabilidade
 - 5.3. Indicadores de desempenho ambiental
6. Estudo de Caso - *The Body Shop*
7. Principais Conclusões
8. Referências Bibliográficas

1. INTRODUÇÃO

A partir da segunda metade do século XX a Sociedade passou a estar mais atenta e exigente, relativamente à atitude das unidades económicas face às questões que envolvam responsabilidade social. Em particular, a responsabilidade social no que toca às questões ambientais tornou-se extremamente importante, exigindo-se, por exemplo, com maior vigor a responsabilização pelos danos provocados.

Perante esta recente preocupação, a Contabilidade assume um papel relevante na harmonização do conflito de interesses entre os objectivos das empresas por um lado, e os da Sociedade como um todo que procura preservar o meio ambiente, por outro. Mais especificamente, atendendo à intensificação do conflito de interesses existente não é de estranhar que a avaliação/quantificação objectiva da responsabilidade social das empresas se tenha vindo a transformar numa questão central de investigação. Essa questão tem especiais repercussões sobre a Contabilidade, na medida em que a informação financeira que presta deve apresentar e defender uma imagem patrimonial verdadeira e fidedigna a todos os níveis.

Além disso, a Auditoria também assume aqui um papel de extrema importância, na medida em que certifica e/ou valida a informação pres-

tada pela Contabilidade.

Tendo como objectivo central mostrar como é que actualmente a Contabilidade lida com a responsabilidade social; isto é, como passou a questão social a ser tratada pela Contabilidade, nomeadamente com a questão ambiental, a estrutura do trabalho é a exposta de seguida. Na secção 2 analisa-se a responsabilidade social das empresas tendo em conta os factores que suscitaram o seu aparecimento bem como os respectivos benefícios associados. Na secção 3 é feita uma abordagem à Contabilidade num contexto de responsabilidade social e ambiental. Na secção 4 ilustra-se o estado actual da Contabilidade Ambiental. Na secção 5 aborda-se especificamente a questão da avaliação e comunicação do desempenho ambiental e da sustentabilidade das empresas. Na secção 6 analisa-se o caso da empresa de cosméticos *The Body Shop*. Finalmente, na secção 7, apresentam-se as principais conclusões.

2. RESPONSABILIDADES SOCIAL

Nesta secção, começa-se por apresentar algumas considerações sobre responsabilidade social, quer ao nível da literatura existente quer em termos institucionais (subsecção 2.1). De seguida descrevem-se os factores que suscitaram o seu aparecimento e os respectivos benefícios associados (subsecção 2.2).

2.1. Algumas considerações sobre Responsabilidade Social das Empresas

O conceito de responsabilidade social não é claramente objectivo. Ele varia em função do nível de desenvolvimento da sociedade, quer em termos económicos, quer em termos políticos, quer ainda em termos culturais. Além disso, varia (tem variado) ao longo do tempo.

No entanto, pode afirmar-se que a responsabilidade social é um conceito por via do qual as empresas integram voluntariamente preocupações sociais e, em particular, ambientais nas suas operações e na sua interacção com outras partes interessadas. É, em suma, um conceito que está estritamente relacionado com a noção de sustentabilidade das empresas, onde estão integradas as vertentes económica, social e ecológica, numa perspectiva de criação de valor a longo prazo.

Para Tua Pereda (2000) o conceito de responsabilidade social das

empresas existe pelo facto da empresa estar inserida numa determinada comunidade. Nesta perspectiva, as empresas devem ser capazes de atender às aspirações e necessidades da comunidade, procurando na medida do possível harmonizar os interesses económicos específicos da empresa com os interesses da comunidade em geral¹.

Na perspectiva de Sarmiento *et al.* (2003), a responsabilidade social pode ser considerada como uma questão de cultura da própria empresa, pois segundo estes autores o interesse por esta responsabilização deve ser encarado como um benefício a médio e longo prazo, podendo também contribuir para o prosseguir e atingir o tão necessário desenvolvimento sustentado.

Segundo Raupp (2002), a responsabilidade social das empresas consiste na decisão de participar mais directamente nas acções comunitárias e, em especial, em minorar possíveis danos ambientais. No entanto, considera que não basta apenas participar e apoiar o desenvolvimento da comunidade e preservar o meio ambiente, é necessário também investir no bem-estar dos empregados proporcionando um ambiente de trabalho agradável. Tal pode ser conseguido através de: (i) assistência médica, social, alimentar e de transporte; (ii) programas de formação; e (iii) programas de remuneração de acordo com a produtividade e com os resultados obtidos.

A responsabilidade social das empresas extravasa a esfera da própria empresa, estendendo-se à sua comunidade local envolvente. A ligação entre a empresa e a comunidade é bem visível, não só no recrutamento da mão-de-obra de que necessita e que normalmente pertence à própria comunidade local como também no escoamento dos seus produtos ou serviços. A responsabilidade social é um conceito segundo o qual as empresas, numa base legal, estatutária e também voluntária decidem contribuir para uma sociedade justa, com melhor qualidade de vida preservando o ambiente [Sarmiento *et al.* (2003)].

Para a Comissão Europeia (CE) a responsabilidade social das empresas é a “*integração voluntária de preocupações sociais e ambientais por parte das empresas nas suas operações e na sua interacção com outras partes interessadas*” [COM(2002) 347/CE].

A CE expressa o seu interesse pela responsabilidade social das

¹ Em boa verdade, uma vez que as empresas são detidas pelos indivíduos, os interesses económicos de uns e de outros estão desde o início associados.

empresas através da publicação do Livro Verde intitulado “Promover um Quadro Europeu para a responsabilidade social das empresas” [COM(2001)453/CE]. O Livro Verde destina-se a lançar um amplo debate sobre o modo como a União Europeia (UE) poderá promover a responsabilidade social das empresas no plano europeu e internacional.

Posteriormente, em 2002, a CE expõe a estratégia comunitária de promoção da responsabilidade social das empresas através da publicação da “Comunicação da Comissão Relativa à Responsabilidade Social das Empresas: Um Contributo para o Desenvolvimento Sustentável” [COM(2002)347/CE]. Nesta Comunicação a CE compromete-se a publicar um relatório sobre responsabilidade social das empresas, em 2004, sobre os trabalhos e os resultados realizados bem como a integração da responsabilidade social das empresas nas políticas da UE. Pretende ainda promover os princípios e as práticas da responsabilidade social das empresas no plano internacional, em especial nos países em desenvolvimento.

Porém, apoiar o desenvolvimento da comunidade e preservar o meio ambiente não é suficiente para atribuir a uma empresa a condição de ser socialmente responsável. É necessário que haja convergência e transparência não só das práticas mas também dos instrumentos da responsabilidade social das empresas.

Numa visão mais genérica a responsabilidade social das empresas poderá ser considerada uma forma inovadora e consciente de garantir a continuidade da empresa. Além disso, o exercício da responsabilidade social das empresas pressupõe um comportamento ético que deve ser adoptado continuamente pela organização.

Por outro lado, o progresso verificado nos últimos anos quanto à responsabilização social e ambiental das empresas reflecte as expectativas crescentes dos cidadãos e das partes interessadas face ao papel evolutivo das empresas na actual sociedade em mutação.

2.2. Aparecimento da responsabilidade social das empresas e os benefícios associados

Segundo Drucker (1993) uma das tarefas da gestão é gerir os impactos e a responsabilidade ambiental e social das empresas. Por outro lado, as empresas, ao serem confrontadas com os desafios da globali-

zação e da economia em permanente mudança, tomam consciência de que a sua responsabilidade social é passível de se revestir de um valor económico directo, na medida em que pode contribuir para fortalecer a sua imagem favorável.

Dos vários factores (inter-relacionados) que contribuíram para o nascimento do conceito de responsabilidade social das empresas podem referir-se, entre outros, os seguintes:

- o aumento do nível e da qualidade de vida da sociedade;
- a crescente preocupação das empresas pelos danos provocados no ambiente, face à pressão da sociedade como um todo;
- as novas preocupações e expectativas dos cidadãos, dos consumidores, das autoridades públicas e dos investidores em contexto da globalização e da alteração industrial a larga escala;
- o aumento das exigências sociais, de transparência e de controlo, de tudo quanto possa afectar directa ou indirectamente o bem-estar e expectativas de futuro da própria sociedade².

Assim, se compreende que a responsabilidade social das empresas seja mais intensa nas sociedades mais desenvolvidas e que tenha vindo a tornar-se cada vez mais relevante.

Em particular, para Tua Pereda (2000) as transformações do sistema sócio-económico, com as respectivas mudanças de mentalidades e de atitudes, foram os factores que mais contribuíram para o aparecimento da responsabilidade das empresas.

A responsabilidade social pode contribuir para a sustentabilidade e o desempenho empresarial. Na verdade, muitas vezes a adopção de medidas favoráveis à sociedade produzem resultados económicos menores no curto prazo, mas maiores no futuro, de tal modo que a actualização dos resultados futuros mais do que compensa as perdas de curto prazo.

A responsabilidade social é pertinente para todos os tipos de empresas, de todos os sectores de actividades e qualquer que seja a sua dimensão. Os benefícios associados podem ser muito diversos, destaque-se:

- os ganhos de imagem da empresa no mercado;

² O aumento das pressões sociais protagonizadas pelos diferentes grupos de interesse influenciam as actividades das empresas, mas também exercem pressões para a melhoria do seu desempenho social e ambiental. É o caso das organizações não governamentais, da comunidade local e da comunicação social.

- a maior fidelidade dos clientes actuais e possibilidade de conquista de novos mercados;
- a popularidade dos dirigentes, destacando-se como verdadeiros líderes empresariais com elevado senso de responsabilidade social;
- o melhor relacionamento com o governo;
- a maior motivação, lealdade, confiança e melhor desempenho dos seus empregados;
- a maior disposição dos fornecedores para realizar parcerias;
- o facto de funcionar como barreira contra concorrentes, constituindo uma vantagem competitiva;
- a “marca” mais forte e mais conhecida.

Numa investigação realizada por Sarmiento *el al.* (2003) sobre a imagem das empresas com investimentos em tecnologias e práticas ambientalmente responsáveis, concluiu que o volume de vendas da empresa aumenta cerca de 12%. Também esta investigação conclui que as empresas com um comportamento socialmente responsável têm um incremento no resultado líquido de 7%.

Acresce que para além de potencialmente poder contribuir para a sustentabilidade e desempenho empresarial a responsabilidade social das empresas tem a grande vantagem de claramente contribuir para o desenvolvimento de uma sociedade mais justa.

Por outro lado, numa era dominada pelos meios de comunicação, a imagem pública tornou-se uma preocupação diária para as empresas, pois o facto de ter um comportamento ético não é suficiente, é necessário que esse comportamento seja visível. Neste contexto, a Agência de Acreditação do Conselho de Prioridades Económicas (Agência do Conselho de Prioridades Económicas que se dedica à responsabilidade e qualidade social, com sede em Nova Iorque) desenvolveu uma norma designada por SA8000 (*Social Accountability / Responsabilidade Social 8000*)³, publicada em Outubro de 1997, com o objectivo de promover a causa da qualidade social nas empresas. Esta norma, à semelhança

³ Este documento é composto por quatro partes, sendo as três primeiras destinadas ao âmbito, interpretação e definições. A quarta parte enumera os requisitos mínimos respeitantes a: trabalho infantil, trabalho forçado, saúde e segurança, liberdade de associação e negociação colectiva, discriminação, práticas disciplinares, horário laboral e remuneração.

das séries ISO14000 e ISO9000 (normas internacionais para a gestão ambiental e da qualidade, respectivamente), foi formulada para permitir auditorias e certificação por uma terceira parte.

3. CONTABILIDADE NUM CONTEXTO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

Nesta secção aborda-se a relação existente entre a Contabilidade e a responsabilidade social (subsecção 3.1), e apresentam-se os conceitos de Contabilidade Social e as suas divisões (subsecção 3.2.).

3.1. Relação da Contabilidade com a Responsabilidade Social

As unidades económicas têm o dever de informar todos os utentes que com elas se relacionam, sendo a comunidade um dos principais destinatários deste dever. Assim, a informação constitui uma das medidas *à priori* com que se instrumenta a responsabilidade social das empresas.

Relativamente à relação existente entre Contabilidade e responsabilidade social, Tua Pereda (2000, pág. 554) identifica três níveis:

– *no primeiro nível*, trata-se apenas de aumentar a informação incluída nas contas anuais, tendo em conta: (i) o comportamento social da empresa; e (ii) o efeito que a responsabilidade social pode ter no cálculo e na representação do património e dos resultados;

– *no segundo nível*, a informação sobre responsabilidade social é apresentada em separado das contas anuais e com independência das mesmas, informação independente sobre o comportamento social das empresas;

– *no terceiro nível*, consiste na criação de uma autêntica Contabilidade Social, processo de captação, medida, valorização e representação do comportamento social da empresa com o objectivo de avaliar esse comportamento e comunicar os seus resultados aos grupos sociais interessados.

Segundo o mesmo autor a situação actual encontra-se ainda no primeiro nível e apenas nos países mais desenvolvidos.

3.2. **Conceptualização da Contabilidade Social e suas divisões**

As novas responsabilidades sociais com que as empresas se deparam surgem tanto do seu exterior como do seu interior. Só por isso, as empresas sentem necessidade de elaborar uma série de informações, relacionadas com o seu comportamento social, onde se destacam aspectos relacionados com o meio ambiente, os recursos humanos e as questões de carácter ético.

Perante esta realidade, surge um novo ramo da Contabilidade a “Contabilidade Social” imposto pela actual e crescente responsabilidade social que as empresas enfrentam. Entende-se por Contabilidade Social a técnica e/ou a ciência que mede e interpreta as actividades e fenómenos que são de natureza económica e social – veja-se, por exemplo, Valencia (2004). Trata-se, em suma, do elo de ligação entre as empresas e a comunidade.

Para Tua Pereda (2000, pág. 554), a Contabilidade Social é um novo ramo da Contabilidade cujo objectivo fundamental é identificar e medir a contribuição social da empresa, que inclui não só os custos e os proveitos sociais visíveis e, por isso, mais ou menos fáceis de identificar e medir, mas também aqueles que surgem das externalidades, positivas e negativas, que afectam os diferentes grupos sociais. Atendendo a que a externalidade incorpora os efeitos da decisão da empresa não claramente visíveis, é de esperar grandes dificuldades no cumprimento do objectivo da Contabilidade Social.

Imagine-se, por exemplo, uma empresa industrial que suporte o custo de uma inovação tecnológica que seja capaz de reduzir ou eliminar os efeitos ambientais negativos que a empresa gera. Neste caso, o custo suportado é conhecido, os proveitos sociais visíveis – redução ou eliminação dos efeitos ambientais negativos – podem ser relativamente fáceis de medir. Porém, esta inovação tecnológica pode ser aproveitada (ou imitada) por outras empresas industriais com o mesmo objectivo e/ou a partir dessa inovação tecnológica podem surgir outras inovações (externalidades positivas). Assim, neste caso, a empresa que suportou o custo da inovação tecnológica não beneficia das externalidades positivas que gerou; isto é, não consegue aproveitar todos os benefícios decorrentes desta inovação.

Um outro exemplo, talvez mais comum, consiste no caso de uma empresa que melhorou o sistema de esgotos da zona onde está instalada e que outras empresas também utilizam sem qualquer custo.

Porém, importa referir que dificilmente uma definição de Contabilidade Social será pacífica, na medida em que há muitos autores com opiniões diferentes sobre a mesma realidade que, por estar ligada ao comportamento humano, é obviamente subjectiva.

Devido à complexidade do social a Contabilidade Social pode ser ainda dividida em duas grandes áreas:

– *a Contabilidade do Meio Ambiente ou Contabilidade Ambiental*, motivada pela crescente deterioração do meio ambiente por parte da actividade humana, fundamentalmente pelas actividades industriais;

– *a Contabilidade dos Recursos Humanos*, motivada pela crescente necessidade de incorporar na informação um dos componentes fundamentais de qualquer empresa que é o capital humano.

Assim, podemos dizer que a Contabilidade Ambiental tem origem na componente capital físico da empresa e, por isso, está intimamente ligada ao progresso tecnológico (acumulação tecnológica), enquanto a Contabilidade dos Recursos Humanos é motivada pelo capital humano da empresa e, portanto, está fortemente associado ao progresso nos recursos humanos. Curiosamente, progresso técnico e acumulação de capital humano são os dois motores de crescimento económico – veja-se, por exemplo, Barro e Sala-i-Martin (2004), sendo que mesmo a literatura empírica do crescimento económico sente grandes dificuldades na medição correcta do contributo dessas variáveis para o crescimento económico dos países. Tal dá-nos desde logo uma ideia da dificuldade da avaliação correcta a nível microeconómico dos efeitos do progresso técnico e da acumulação do capital humano.

Ainda no âmbito da Contabilidade Social existe a informação de carácter ético, que se ocupa com os valores éticos relativos à actuação da empresa face ao consumidor e à comunidade.

Apesar das grandes correlações de conceitos entre Contabilidade Financeira e Contabilidade Social, a aplicação prática desta última esbarra (como já se disse) na dificuldade de quantificar por via do método das partidas dobradas, as externalidades positivas e negativas vertidas pela empresa. Como sugere Ferreira (1999; pág. 17) “*A informação contabilística tradicional, puramente quantitativa, tornou-se notoriamente insuficiente.*”

4. CONTABILIDADE AMBIENTAL

Nesta secção aborda-se especificamente a Contabilidade Ambiental. Começa-se por averiguar as motivações e os vários tipos de Contabilidade Ambiental (subsecção 4.1). De seguida, analisam-se os objectivos fundamentais da Contabilidade Ambiental (subsecção 4.2), passando posteriormente para uma breve referência aos desafios actuais (subsecção 4.3). Por fim, destacam-se algumas normas existentes sobre a incidência do meio ambiente na informação financeira.

4.1. As motivações e os vários tipos de Contabilidade Ambiental

A partir dos anos 70 a Organização das Nações Unidas (ONU) e, mais recentemente, a UE passaram a prestar uma atenção especial às questões relacionadas com o meio ambiente, após terem concluído que se não fossem tomadas medidas o nosso planeta caminhava no sentido da sua destruição. Atendendo ao papel desempenhado na sociedade, a Contabilidade teve que acompanhar esta tendência.

Antes de entrar no âmbito da Contabilidade Ambiental, importa definir, em termos genéricos, o que se entende por ambiente. De acordo com a Recomendação da UE (2001/453/CE) a expressão ambiente refere-se ao enquadramento físico natural, incluindo o ar, a água, a terra, a flora, a fauna e os recursos não renováveis como, por exemplo, os combustíveis fósseis e os minerais⁴.

Apresentar uma definição de Contabilidade Ambiental capaz de ser aceite de forma unânime não é tarefa fácil, pois, dificilmente uma definição de qualquer ciência social é pacífica no sentido de que há sempre opiniões diferentes sobre a mesma realidade que, por estar ligada ao comportamento humano, é subjectiva. Por exemplo, Clementina Ferreira (2000) parte dos conceitos de outros autores (Bernard Christophe e Rob Gray) considerando que este novo ramo da Contabilidade pode ser definido como “*aquela que se preocupa com a captação e tratamento de todos os fenómenos resultantes da influência ambiental da empresa,*

⁴ A Directiz Contabilística n.º 29 apresenta a mesma definição para a expressão ambiente.

para assim poder fornecer as medidas tomadas sobre a utilização dada aos elementos naturais e sobre as medidas para evitar a sua escassez” [Ferreira (2000), pág. 98].

Como referido, nos últimos anos, especialmente desde a última década do século XX, o tema de Contabilidade Ambiental tem vindo a suscitar um interesse crescente, quer no meio académico quer no meio empresarial. Por sua vez, segundo Antunes *et al.* (2003) a Contabilidade Ambiental pode ser vista segundo duas perspectivas: macroeconómico ou microeconómico e da empresa tal como está sinteticamente representado no Quadro 1.

Quadro 1 – Tipos de Contabilidade Ambiental

	Nível	Âmbito	Tipo de Informação
Contabilidade Nacional	Macroeconómico	País	Externa
Contabilidade Financeira	Microeconómico Empresa	Empresa	Externa
Contabilidade de Gestão	Empresa	Empresa, secção, linha de produto...	Interna

Fonte: Adaptado de Antunes *et al.* (2003)

A maior motivação para a adopção de um sistema de contabilidade ambiental numa empresa resulta do inevitável reconhecimento da existência de custos e benefícios ambientais. Segundo Schaltegger e Burrit (2000) existem duas forças motrizes fundamentais para o desenvolvimento de sistemas de Contabilidade Ambiental numa empresa: o aumento da pressão por parte dos *stakeholders* e a relevância económica dos custos ambientais.

O desempenho ambiental de uma empresa é uma medida importan-

te do seu sucesso e da qualidade da sua gestão. Por outro lado, a contabilidade ambiental, como uma ferramenta de gestão, permite cumprir diversos objectivos e contribuir para melhorar o desempenho ambiental e económico da empresa, tais como:

- divulgar aos accionistas e outros *stakeholders* dados sobre o impacte económico-financeiro da gestão dos aspectos ambientais, correspondendo às exigências crescentes dos mercados;
- dar cumprimento a exigências e recomendações legislativas;
- identificar oportunidades de redução/eliminação de custos;
- identificar custos ambientais que estejam eventualmente escondidos nos custos gerais;
- apoiar o desenvolvimento e operação de um sistema de gestão ambiental.

A auditoria ambiental assume um papel de extrema importância, na medida em que certifica e/ou valida a informação prestada pela Contabilidade.

A auditoria ambiental surgiu nos finais da década de 70 devido ao aparecimento das leis ambientalistas. Ferreira (2000, pág. 157) considera auditoria ambiental “*o meio de avaliar o progresso relativamente aos objectivos fixados e também uma forma de detectar problemas novos e emergentes, bem como de procurar processos inovadores para melhorar a qualidade global*”. Por outro lado, Caseirão (1998, pág. 218) considera que a auditoria ambiental tem várias vantagens:

- “*Garante a fiabilidade da informação divulgada aumentando a sua credibilidade junto dos seus utilizadores;*
- *Contribui para a credibilidade global da empresa, melhorando a sua imagem pública junto das instituições e dos particulares;*
- *Satisfaz a pressão dos clientes que direccionam as suas compras para empresas que consideram ecologicamente correctas;*
- *Satisfaz os requisitos dos chamados investidores éticos que apenas investem em empresas que se enquadram nos requisitos mínimos que consideram susceptíveis de investimento;*
- *Facilitam a sua inserção ou manutenção no mercado financeiro;*
- *Reduzem a exposição ao risco e às responsabilidades daí emergentes;*
- *Aumentam a consciencialização das administrações e dos tra-*

balhadores em geral para os problemas ambientais internalizando na empresa uma nova cultura;

– Apaziguam e tranquilizam os grupos ambientalistas, pois a sua política é aberta, informativa e verificável por terceiros;

– Reduzem a probabilidade de fraudes ou aumentam a probabilidade destas serem detectadas.”

Tal como na auditoria financeira também na auditoria ambiental todo o trabalho a desenvolver deverá ter como referência princípios éticos e deontológicos que darão à opinião emitida a tal segurança razoável com que contam os utentes desta informação.

4.2. Objectivos da Contabilidade Ambiental

A Contabilidade, através das demonstrações financeiras, deve dar a imagem verdadeira e apropriada do património de uma empresa e das alterações que este vai sofrendo ao longo da sua vida. Estes preceitos “obrigam” as empresas a terem em consideração determinadas responsabilidades assumidas.

Por outro lado, através dos órgãos de comunicação social, os problemas relacionados com o ambiente tais como catástrofes ecológicas, podem ter uma influência determinante na vida de uma empresa. Podem originar uma descida imediata das suas cotações na Bolsa, assim como ao pagamento de pesadas indemnizações por danos ambientais, pondo em risco o princípio da continuidade da empresa.

A maior motivação para a adopção de um sistema de Contabilidade Ambiental numa empresa resulta do inevitável reconhecimento da existência de custos e benefícios ambientais. O aumento das pressões por parte dos *stakeholders* bem como a relevância dos custos e benefícios ambientais são também importantes factores para o desenvolvimento de sistemas de Contabilidade Ambiental nas empresas, pois, o desempenho ambiental de uma empresa é uma medida importante do seu sucesso e da qualidade da sua gestão.

A ONU através da Divisão para o Desenvolvimento Sustentável emitiu o documento “Contabilidade da Gestão Ambiental” em 2001 com o objectivo de definir os princípios e procedimentos da Contabilidade de Gestão Ambiental para melhorar o papel do Governo na sua promoção. O documento foi elaborado na perspectiva dos contabilistas

“... permitindo-lhes extrair as despesas e custos ambientais da informação actual da empresa com o apoio do gestor ambiental e da produção” ONU (2001, pág. 3).

Ainda de acordo com o mesmo documento, o principal problema da gestão ambiental consiste na falta de definição normalizada de custos ambientais. As empresas estão mais preocupadas com os custos quantificáveis e previsíveis, os outros custos têm pouca importância para a tomada de decisão empresarial. Assim, actualmente as questões relacionadas com as externalidades, positivas ou negativas, que como já referido difíceis de quantificar e, muitas vezes, difíceis de prever passam para segundo plano.

No entanto, um sistema de Contabilidade Ambiental pode ser um importante instrumento de gestão, podendo até assumir um papel estratégico. As vantagens de políticas proactivas, em vez de reactivas, e, por outro lado, o investimento em acções de prevenção da poluição podem tornar-se mais evidente quando se dispõe de um sistema desta natureza. Pode pois concluir-se que *“Uma empresa que pretenda atingir um patamar de sustentabilidade tem que, necessariamente, adquirir, processar e reportar informação de natureza financeira, ambiental e social, e conseqüentemente desenvolver uma contabilidade ambiental financeira e de gestão”* [Antunes et al. (2003), pág. 44].

4.3. Os desafios da Contabilidade Ambiental

São pois reconhecidos os limites dos métodos de contabilidade tradicional, financeira e analítica, para fornecer aos gestores a informação necessária para a tomada de decisões sustentáveis.

Porém, actualmente os gestores não podem alhear-se das questões que se relacionam com o meio ambiente pela pressão efectuada pela sociedade como um todo. De facto, devido à globalização actual da economia, num mundo de pleno liberalismo económico e de forte e agressiva concorrência a pressão resulta não apenas do mercado doméstico, isto é, do mercado em que a empresa está localizada mas também do mercado externo (ou, pelo menos, do mercado externo onde compra os *inputs* utilizados e onde vende os seus produtos, isto é, do mercado externo com o qual se relaciona). Os gestores têm de integrar nas suas decisões novos juízos como, por exemplo, éticos.

Nos últimos anos tem surgido legislação de modo a penalizar os não cumpridores, impondo às empresas e aos seus gestores determinadas responsabilidades, tais como: (i) a utilização de equipamentos ecológicos; (ii) reaproveitamento de resíduos; (iii) reciclagem; e (iv) impondo multas ou coimas derivadas da poluição provocada no meio ambiente.

Como já foi referido a Contabilidade tem por objectivo não só a valorização e o registo dos factos patrimoniais, mas, acima de tudo, também demonstrar aos utentes da informação financeira de que forma a organização interage com o ambiente em que se situa, informado sobre os investimentos realizados, as despesas e as obrigações assumidas em benefício do meio ambiente. A Contabilidade é pois um – porventura o principal - elo de ligação entre as empresas e a comunidade.

Através da informação contabilística, onde deverão ser evidenciados de forma clara e transparente, os gastos com o meio ambiente, a Contabilidade Ambiental pode ser usada para demonstrar a responsabilidade ambiental da organização para com a comunidade. No entanto, ainda que a informação acerca do desempenho ambiental possa até estar eventualmente disponível, os decisores raramente são capazes de relacionar a informação ambiental com as variáveis económicas e faltalhes, sobretudo, informação sobre as externalidades.

Por outro lado, Clementina Ferreira (2000) considera que o valor do património depende também dos efeitos que as suas acções provocam no meio ambiente e defende ainda que a não consideração desses efeitos (externalidades) poderá conduzir à subvalorização dos *stocks* e consequentemente a um falseamento das informações.

Assim, podemos mais precisamente afirmar que o grande desafio que se coloca à Contabilidade Ambiental consiste em, através do método das partidas dobradas, valorizar e representar correctamente as externalidades.

4.4. Normas sobre a incidência do meio ambiente na informação financeira

O *International Accounting Standards Board* (IASB) cujo objectivo é desenvolver um conjunto de normas contabilísticas internacionais

de elevada qualidade⁵, até à data não publicou qualquer norma contabilística internacional que vise as matérias ambientais. Porém, das diversas normas contabilísticas existentes algumas estabelecem disposições e princípios contabilísticos aplicáveis ao tratamento das questões ambientais, como é o caso da IAS 37 – Provisões, Passivos Contingentes e Activos Contingentes⁶.

Desde a última década do século XX que a UE tem vindo a demonstrar interesse pela incorporação das questões ambientais na Contabilidade. Assim, em 1992 na publicação do quinto programa de acção em matéria de ambiente preconiza, pela primeira vez, uma iniciativa comunitária no âmbito da Contabilidade. Em 8 de Junho de 1999 a Comissão da UE adoptou uma comunicação intitulada “Mercado Único e Ambiente” com o objectivo de contribuir para que as políticas em matéria de ambiente e de mercado único se apoiassem e reforçassem mutuamente. Esta comunicação estabelece uma série de medidas, nomeadamente a publicação de uma recomendação sobre questões ambientais nas demonstrações financeiras [COM(99)263/CE].

A Recomendação da Comissão de 30 de Maio de 2001 [COM(2001)453/CE], publicada no Jornal Oficial das Comunidades Europeias de 13 de Junho de 2001, respeitante ao reconhecimento, à valorimetria e à prestação de informações sobre questões ambientais nas contas anuais e no relatório de gestão das sociedades, tendo em conta a IV Directiva (78/660/CEE) e a VII Directiva (83/349/CEE), recomenda que os Estados-membros assegurem que as sociedades apliquem o disposto no anexo da respectiva recomendação, para efeitos de elaboração das contas anuais e consolidadas bem como do relatório de gestão e do relatório de gestão consolidado.

Em Portugal a referida Recomendação foi assegurada pela Directriz Contabilística n.º 29 – Matérias Ambientais. Por sua vez, esta directriz refere-se aos critérios para o reconhecimento, mensuração e divulgação relativos aos dispêndios de carácter ambiental, aos passivos

⁵ International Accounting Standards (IAS), actualmente designadas International Financial Reporting Standards (IFRS).

⁶ Outras IAS/IFRS que igualmente estabelecem disposições e princípios contabilísticos aplicáveis ao tratamento das matérias ambientais são: IAS/IFRS 16 – Activos Fixos Tangíveis, IAS/IFRS 34 – Relato Financeiro Intercalar, IAS/IFRS 36 – Imparidade de activos e IAS/IFRS 38 – Activos Intangíveis.

e riscos ambientais e aos activos com eles relacionados resultantes de transacções e acontecimentos que afectem, ou sejam susceptíveis de afectar, a posição e os resultados da empresa relatada. Esta directriz identifica também o tipo de informação ambiental que é apropriado divulgar, relativamente à atitude da empresa face às matérias ambientais e ao seu comportamento ambiental, na medida em que possam afectar a sua posição financeira.

Quanto às normas que contém referências ou que são dedicadas ao meio ambiente, destacam-se as apresentadas no Quadro 2 abaixo exposto.

Quadro 2 – Algumas normas com referências ou dedicadas ao meio ambiente

Organismo Emissor	Âmbito	Data	Norma
AICPA	EUA	1996	<i>Statement of Position 96-1</i>
IASB	Internacional	1998	IAS 37 - Provisões, Passivos Contingentes e Activos Contingentes
IFAC	Internacional	1998	1010 - Considerações sobre o meio ambiente na auditoria às Demonstrações Financeiras
		1998	<i>Study 6 - Environmental Management in Organizations</i> (Contabilidade de Gestão)
Comissão	União Europeia	1998	Interpretação 4ª e 7ª Directiva
		2001	Recomendação de 30/05/01
CNC	Portugal	2003 ⁷	Directriz Contabilística n.º 29 – Matérias Ambientais
ICAC	Espanha	2002	Norma para o reconhecimento, valorização e informação dos aspectos do meio ambiente nas contas anuais

Fonte: Adaptado a partir de Tua Pereda (2000, pág. 557)

⁷ Aprovada pelo Conselho, em fase de homologação (<http://www.cnc.min-financas.pt> em 7/7/2004).

Como se pode constatar no Quadro 2, há ainda um longo caminho a percorrer no que diz respeito à normalização das matérias ambientais no âmbito da Contabilidade.

Apesar da actual situação relativamente à normalização contabilística, no estudo de Antunes *et al.* (2003) sobre a análise das estratégias ambientais das empresas do sector eléctrico a 70 empresas (da Europa, de África, da Oceânia, da América e da Ásia) verifica-se que a maioria das empresas (53%) apresentam informação ambiental quantitativa acerca dos diferentes aspectos ambientais, como se pode observar na figura seguinte [adaptada de Antunes *et al.* (2003), pág. 66].

Relativamente ao reporte do desempenho social e económico conjuntamente com o desempenho ambiental, Antunes *et al.* (2003) considera-o ainda insuficiente para o caso das empresas portuguesas⁸.

5. AVALIAÇÃO E COMUNICAÇÃO DO DESEMPENHO AMBIENTAL E DA SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS

De modo a cumprir o objectivo da secção começa-se por referir a necessidade de novas ferramentas de avaliação (subsecção 5.1), prossegue-se com a discussão em torno da elaboração dos relatórios ambientais ou de sustentabilidade (subsecção 5.2) e finaliza-se com os indicadores de desempenho ambiental (subsecção 5.3).

5.1. A necessidade de novas ferramentas de avaliação

A economia globalizada acarreta responsabilidades acrescidas às empresas, nomeadamente de transparência e de *accountability* social. Deste modo, as empresas que desenvolvem estratégias sociais e ambientais têm todo o interesse em avaliar e comunicar os seus progressos nestas áreas.

⁸ As empresas do sector eléctrico português consideradas no estudo de Antunes *et al.* (2003) foram: EDP, Rede Eléctrica Nacional, Tejo Energia, Turbogás e GALP Energia.

Actualmente, a informação normalmente disponibilizada acerca da situação e do desempenho financeiro apenas dá uma visão parcial da sustentabilidade da empresa. Assim, a informação acerca do desempenho social e ambiental das empresas é cada vez mais procurada pelos *stakeholders*, nomeadamente as instituições financeiras, as autoridades ambientais, as organizações não governamentais e o público em geral.

Neste contexto, têm vindo a ser desenvolvidas algumas ferramentas de avaliação. Destas, destacam-se as de natureza ambiental, que consoante os objectivos, podem dividir-se em três grandes grupos:

(i) relatórios ambientais ou de sustentabilidade, com o objectivo de divulgar e comunicar sobre o desempenho das empresas;

(ii) indicadores de desempenho ambiental, para medir e avaliar o desempenho das empresas;

(iii) ferramentas de ordenação do desempenho ambiental, utilizadas para avaliar e estabelecer *rankings* de desempenho ambiental das empresas [Antunes *et al.* (2003, pág. 25)].

5.2. Relatórios ambientais ou de sustentabilidade

A necessidade de uniformizar o tipo de informação e a forma de apresentação utilizadas nos relatórios das empresas, tem levado diversas instituições a preparar directrizes ou guias para a elaboração de relatórios.

Dos conjuntos de directrizes mais utilizados destacam-se as Directrizes para a Elaboração de Relatórios de Sustentabilidades emitidas pela *Global Reporting Initiative* (GRI).⁹ Estas directrizes são especialmente utilizadas pelas empresas de material eléctrico.

As Directrizes GRI contêm recomendações para a avaliação da sustentabilidade, contemplando indicadores de desempenho agrupados em três áreas: económica, ambiental e social; GRI (2002).

⁹ A GRI foi lançada em 1997, iniciativa conjunta da Coalition for Environmentally Responsible Economies e do Programa das Nações Unidas para o Ambiente, com o objectivo de promover a qualidade, rigor e utilidade dos relatórios de sustentabilidade (GRI, 2002).

Quadro 3 – Categorias e aspectos contemplados nas Directrizes GRI

	CATEGORIA	ASPECTO
ECONÓMICOS	Impactes económico directos	Clientes Fornecedores Empregados Fornecedores de capital Sector público
	Impactes económico indirectos	Externalidades
AMBIENTAIS	Ambientais	Materiais Energia Água Biodiversidade Emissões, efluentes e resíduos Fornecedores Produtos e serviços Cumprimento Transporte Global
AMBIENTAIS	Práticas laborais e condições de Trabalho	Emprego Relações trabalhadores/gestão Saúde e segurança Treino e educação Diversidade e oportunidade

SOCIAIS	Direitos humanos	Estratégia e gestão Não-discriminação Liberdade de associação e negociação colectiva Trabalho infantil Trabalho forçado e compulsório Práticas disciplinares Práticas de segurança Direitos dos nativos
	Sociedade	Comunidade Suborno e corrupção Contributos políticos Competição e preços
	Responsabilidade pelos produtos	Saúde e segurança dos clientes Produtos e serviços Publicidade Respeito pela privacidade

Fonte: Antunes *et al.* (2003, pág. 33)

Como se pode verificar no Quadro 3, a GRI estabeleceu uma hierarquia de elementos de informação para cada uma das dimensões da sustentabilidade, contemplando três níveis: categorias, aspectos e indicadores. As categorias abrangem as áreas ou agrupamentos das questões económicas, ambientais ou sociais que afectam as partes interessadas. Os aspectos são todos os elementos relacionados com uma dada categoria. Os indicadores são os valores específicos de um aspecto concreto que possam ser utilizados para acompanhar e demonstrar o desempenho, a GRI (2002) admite que os indicadores possam ser quantitativos ou qualitativos. Dos indicadores apresentados destacam-se os económicos, nomeadamente aqueles que se referem aos impactes económicos indirectos, isto é, as externalidades, de especial interesse como já referido nas secções anteriores.

5.3. Indicadores de desempenho ambiental

As diferentes partes interessadas procuram cada vez mais informação sobre o desempenho das empresas, que lhes permita estabelecer comparações e medir os progressos alcançados. Os indicadores de desempenho ambiental são utilizados na avaliação dos níveis de eficácia e eficiência na gestão ambiental. O objectivo fundamental destes indicadores é avaliar em que medida as actividades de gestão foram ou não realizadas de acordo com o planeado.

Neste contexto, existem actualmente várias metodologias, para a avaliação do desempenho ambiental, com abordagens e fins bastante diversificados. Tais como a Norma Internacional ISO 14031 desenvolvida pela *International Standards Organization* (ISO), os indicadores de desempenho preconizados pela GRI e os indicadores de eco-eficiência desenvolvidos pelo Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (WBCSD)¹⁰.

A ISO 14031 adopta vários tipos de indicadores:

- *indicadores operacionais* - por exemplo, consumo de combustíveis fósseis;
- *indicadores de condição ambiental* - por exemplo, espessura da camada de ozono, temperatura média global, número de animais em vias de extinção;
- *indicadores de gestão* - por exemplo, número de horas de formação ambiental.

Os indicadores de desempenho preconizados pela GRI contemplam os vários aspectos e categorias constantes do Quadro 3. Estes indicadores podem ser quantitativos ou qualitativos e podem relacionar aspectos de duas dimensões (por exemplo aspectos sociais e económicos).

Os indicadores de eco-eficiência desenvolvidos pela WBCSD partem do conceito de eco-eficiência que se traduz em conseguir acrescentar mais valor reduzindo a influência ambiental, gerando menos resíduos e/ou consumindo menos recursos. Ou seja, traduzindo-se pela relação [veja-se, por exemplo, Antunes *et al.* (2003, pág. 31)]:

¹⁰ O WBCSD – World Business Council for Sustainable Development, foi fundado pelos líderes de grandes empresas que participaram na Cimeira Mundial de Ambiente e Desenvolvimento Sustentável que ocorreu no Rio de Janeiro em 1992 (<http://www.wbcd.org>).

Valor do produto ou serviço

Influência ambiental

Os indicadores de eco-eficiência classificam-se assim em dois grupos: indicadores de valor do produto ou serviço e indicadores de influência ambiental, que incluem aspectos relacionados com a criação do produto ou serviço e aspectos relacionados com o seu consumo ou utilização (como se pode verificar no Quadro 4).

Segundo Verfaillie e Bidwell (2000), os indicadores de aplicação geral incluídos na metodologia da WBCSD são os seguintes:

Quadro 4 – Indicadores de eco-eficiência desenvolvidos pela WBCSD

Valor do produto/serviço	Quantidade dos bens ou serviços produzidos ou fornecidos aos consumidores Vendas Líquidas
Influência ambiental na criação do produto/serviço	Consumo de energia Consumo de materiais Consumo de água Emissões de gases tóxicos Adicionalmente: - Indicadores de valor financeiro adicionais - Emissões acidificantes - Resíduos totais
Influência ambiental na utilização do produto ou serviço	Não existem indicadores de aplicação geral nesta categoria

Fonte: adaptado de Verfaillie e Bidwell (2000).

Do Quadro 4 destaca-se o facto de ainda não existirem indicadores de aplicação geral na categoria Influência ambiental na utilização do produto ou serviço.

Por outro lado, a WBCSD recomenda a utilização da Norma ISO 14031 como suporte para a selecção de indicadores específicos da empresa.

6. ESTUDO DE CASO - *THE BODY SHOP*

São cada vez mais as empresas que reconhecem mais explicitamente a responsabilidade social que lhes cabe, considerando-a como parte da sua entidade. É o caso da empresa *The Body Shop*, uma empresa de cosméticos com 2.019 lojas em mais de 50 países fundada em 1976 em Brighton, Reino Unido, por Anita Roddick.

A *The Body Shop* é uma empresa retalhista que comercializa produtos inspirados na natureza comprometendo-se, ao mesmo tempo, em proteger e promover valores como a protecção ambiental e o respeito pelos direitos humanos.

Para esta empresa existem cinco valores que distinguem e comandam todas as suas acções. São tão ou mais importantes do que a maquiagem, os hidratantes e os óleos de massagem que vendem.

I. Contra testes em animais

A *The Body Shop* acredita que testar cosméticos em animais é cientificamente desnecessário e moralmente errado. Não testam os produtos em animais e para além disso empreenderam uma campanha a nível mundial para se acabar com esta prática cruel e desnecessária. Como resultado desta campanha conseguiram que a Grã Bretanha e a Holanda proibissem os testes em animais.

II. Apoiar o comércio com as Comunidades

Para a *The Body Shop* as grandes corporações devem ter como objectivo não só ganhar dinheiro, mas também influenciar positivamente o mundo. Nesta perspectiva, procuram ingredientes em produtores locais, pagando-lhes um preço justo pela sua produção e ajudando cada vez mais pessoas a terem uma vida melhor e um futuro mais risonho.

III. Activar a auto-estima

Com este valor a *The Body Shop* procura influenciar as pessoas

fazendo-as acreditar em si mesmas e não ligar aquilo que os outros pensam. Para que isso resulte é apenas necessário que cada pessoa cuide de si e goste do seu próprio corpo desvalorizando as suas formas, a idade, a cor ou o seu tamanho.

IV. Defender os Direitos Humanos

Para a *The Body Shop* os direitos humanos são efectivamente um direito. Assim, são feitas campanhas em defesa dos direitos humanos pois estão conscientes que a indústria tem poder para provocar mudanças, por isso trabalham em conjunto com os fornecedores de forma a garantir que os *standards* laborais recomendados são cumpridos por todos.

V. Proteger o Nosso Planeta

As políticas utilizadas pela *The Body Shop* para proteger o nosso planeta consistem em:

- usar embalagens recicláveis;
- utilizar ingredientes biológicos obtidos em culturas sustentáveis;
- a sede e muitas das suas lojas utilizam energia eléctrica renovável.

Deste modo, compromete-se a provocar mudanças sociais e ecológicas, tanto a nível local, como mundial.

Mais recentemente, a *The Body Shop* está envolvida na campanha *Help Stop Violence in the Home* demonstrando a sua preocupação com a violência doméstica e a prova são dois dos seus valores: Defender os Direitos Humanos e Activar a Auto-Estima.

A *The Body Shop* foi uma das organizações que fez parte do painel consultivo envolvido na redacção da norma SA8000, que acolheu um vasto espectro de organizações, incluindo empresas de manufactura e serviços, instituições financeiras, universidades, organizações de consumidores, sindicatos e outras organizações não-governamentais.

O segredo do sucesso desta empresa está na forma como assume a sua responsabilidade social perante a comunidade procurando através das suas campanhas contribuir para um mundo melhor, mostrando a todos que praticar o bem não é apenas eticamente elogiável, também ajuda muito a obter clientes mais satisfeitos e melhores resultados financeiros.

7. PRINCIPAIS CONCLUSÕES

Pelo menos nas sociedades mais desenvolvidas a responsabilidade social das empresas é hoje em dia já reconhecida como parte fundamental da estratégia e das operações empresariais, sendo encarado pelos líderes corporativos não só como uma função moral e legítima das empresas, mas igualmente como um aspecto que não pode ser ignorado pelas empresas que pretendam sobreviver nos mercados e economias modernas, como exemplo apresentamos o caso paradigmático da *The Body Shop* que através das suas campanhas e valores assumidos conseguiu tornar-se numa das maiores do seu sector a nível mundial.

É possível afirmar com segurança que as questões ambientais interferem cada vez mais na imagem das empresas. São uma grande preocupação para a sociedade em geral. Como exemplo temos a catástrofe do “*Prestige*” que abalou a economia da zona costeira da Galícia colocando em risco muitas empresas que tinham o seu “sustento” no mar.

Neste contexto, a Contabilidade não pode ignorar os problemas ambientais. Para bem da humanidade, a sua actuação deve ser no sentido de alcançar a harmonia do relacionamento entre a empresa e o meio ambiente, não só para garantir a continuidade da empresa, como também, a longo prazo, de toda a humanidade.

A sociedade está mais atenta e exige responsabilidades através de organismos competentes, nomeadamente às empresas industriais cuja actividade prejudique o meio ambiente. Assim, a Contabilidade como elo de ligação entre a empresa e a sociedade deverá ser capaz de avaliar e de quantificar essas responsabilidades. Desta forma, o grande desafio que se coloca à Contabilidade consiste em valorizar e representar as externalidades, positivas e negativas, associadas.

Na EU, a Recomendação de 31 de Maio de 2001 [COM(2001)453/CE] é uma mais-valia, pois acolhe orientações e critérios de contabilização e divulgação das matérias ambientais e, que todos os seus Estados-membros devem assegurar tomando as medidas necessárias para a sua execução. Em particular Portugal e Espanha seguiram a referida Recomendação.

Finalmente, com a publicação de documentos e recomendações da ONU e da UE, espera-se, de organismos com a importância do IASB, IFAC e da FEE, entre outros, a emissão de normas contabilísticas e de relato financeiro relativas às matérias ambientais e sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTUNES, Paula, Rui Santos e Graça Lobo (2003). “Estudo sobre o Sector Eléctrico e Ambiente”. Centro de Economia Ecológica e Gestão do Ambiente. Faculdade de Ciências e Tecnologia - Universidade Nova de Lisboa.

BARRO, Robert e Xavier Sala-i-Martin (2004). *Economic Growth*. 2a Edição, Cambridge, Massachusetts, MIT Press.

Caseirão, R. Manuel (1998). Auditoria Ambiental. Actas das VII Jornadas de Contabilidade e Auditoria. Tomo I. Novembro. Coimbra.

[COM(99)263 CE] Comunicação da Comissão (1999). “Mercado Único e Ambiente” Disponível em <http://www.europa.eu.int/scadplus/leg/pt consulta realizada em 30/7/2004>.

[COM(2001)453/CE] Recomendação da Comissão (2001). “Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas – Livro Verde”. Boletim UE 7/8-2001. ISBN 92-894-1479-0 (FR).

[COM(2002)347/CE] Comunicação da Comissão (2002). “Um Contributo para o Desenvolvimento Sustentável”. [COM(2002) 347 final – Não publicado no Jornal Oficial]. Disponível em <http://www.europa.eu.int/scadplus/leg/pt consulta realizada em 30/7/2004>.

Directriz Contabilística N.º 29 – Matérias Ambientais. Disponível em <http://www.cnc.min-financas.pt>.

DRUKER, Peter (1993). *O Novo Papel da Administração*. Publicado em Colecção Harvard de Administração, Volume 1. Editora Nova Cultura. São Paulo.

FERREIRA, Rogério F. (1999). “Novas Temáticas Contabilísticas”. *Revista Eurocontas* no 48 de Abril, pág. 8-17.

FERREIRA, Clementina (2000). *Da Contabilidade e do Ambiente*. Vislis Editores, Lisboa. ISBN 972-52-0088-8.

GRI, Global Reporting Initiative (2002). *Sustainability Reporting Guidelines*. Global Reporting Initiative, Amesterdam.

IAS 16 – Activos Fixos Tangíveis. Compact Disk da Câmara dos Técnicos Oficiais de Contas.

IAS 34 – Relato Financeiro Intercalar. Compact Disk da Câmara dos Técnicos Oficiais de Contas.

IAS 36 – Imparidade de activos. Compact Disk da Câmara dos

Técnicos Oficiais de Contas.

IAS 37 – Provisões, Passivos Contingentes e Activos Contingentes. Compact Disk da Câmara dos Técnicos Oficiais de Contas.

IAS 38 – Activos Intangíveis. Compact Disk da Câmara dos Técnicos Oficiais de Contas.

ONU, Divisão para o desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (2001). “Contabilidade da Gestão Ambiental: Procedimentos e princípios”. Assuntos Económicos e Sociais. Nações Unidas, Nova Iorque.

RAUPP, Elena H. (2002). “A Contabilidade num contexto de responsabilidade social de cidadania e de meio ambiente”. II Seminário de Responsabilidade Social e Ambiental de 8 a 10 de Agosto em Aquiraz, Brasil.

SARMENTO, Manuela, D. Durão e Maria M. Duarte (2003). “Innovation for a Clean Environment: The Case of Portuguese Industries”. Proceedings of XX World Conference on Science and Technology, Junho, Lisboa.

SCHALTEGGER, S. e R. Burritt (2000). Contemporary Environmental Accounting, Issues, Concepts and Practice. Greenleaf Publishing limited. Reino Unido.

TUA PEREDA, Jorge (2000). “Normas Internacionales de Contabilidad y Auditoria sobre la incidencia del medio ambiente en la informacion financiera”; Revista de Contabilidade e Comércio n.o 231, pág. 547-589.

VALENCIA, Monica (2004). “Contabilidad Social y sus implicaciones”; Disponível em www.ilustrados.com/publicaciones; publicado em 30 de Abril de 2004.

VERFAILLIE, H, R. Bidwell (2000). Measuring Eco-efficiency. Aguide to Reporting Company Performance. World Business Council for Sustainable Development. Geneva.

SITES CONSULTADOS

Investigación en Contabilidad Social y Medioambiental: <http://www.rediris.es>

Comissão de Normalização Contabilística (CNC): <http://www.cnc.min-financas.pt>

Global Reporting Initiative (GRI): <http://globalreporting.org>
World Business Council for Sustainable Development: <http://www.wbcsd.org>
União Europeia: <http://europa.eu.int/abc/doc/off/bull/pt>
The Body Shop: <http://thebodyshop.com>

QUADROS

- Quadro 1 – Tipos de Contabilidade Ambiental
- Quadro 2 – Algumas normas com referências ou dedicadas a meio ambiente
- Quadro 3 – Categorias e aspectos contemplados nas Directrizes GRI
- Quadro 4 – Indicadores de eco-eficiência desenvolvidos pela WBCSD25

ABREVIATURAS

AICPA – *American Institute of Certified Public Accountants*

CE – Comissão Europeia

CGA – Contabilidade de Gestão Ambiental

CNC – Comissão de Normalização Contabilística

GRI – *Global Reporting Initiative*

IAS – *International Accounting Standards*

IASB – *International Accounting Standards Board*

ICAC – *Instituto de Contabilidad y Auditoria de Cuentas*

IFAC – *International Federation of Accountants*

IFRS – *International Financial Reporting Standards*

ISO – *International Standards Organization*

ONU – Organização das Nações Unidas

UE – União Europeia

WBCSD – *World Business Council for Sustainable Development*