



REVISTA AMBIENTE CONTÁBIL

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

ISSN 2176-9036

Vol. 13, n. 2, Jul./Dez., 2021

Sítios: <http://www.periodicos.ufrn.br/ambiente>

<http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/Ambiente>

Artigo recebido em: 16.07.2020. Revisado por pares em: 14.09.2020. Reformulado em: 10.10.2020. Avaliado pelo sistema double blind review.

DOI: 10.21680/2176-9036.2021v13n2ID21751

Disclosure ambiental dos relatórios corporativos da empresa Natura à luz da teoria da divulgação voluntária

Environmental disclosure of corporate reports of the company Natura in the light of the theory of voluntary disclosure

Divulgación ambiental de informes corporativos de la empresa Natura a la luz de la teoría de la divulgación voluntaria

Autores

Claúdia Voges

Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), localizada na Rua Eng. Agrônomo Andrei Cristian Ferreira, Florianópolis – Santa Catarina.

Fone (48) 3721-9383. Identificador (ID):

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7032-1254>

E-mail: claudia_dinha40@hotmail.com

Cleber Broietti

Doutor em Contabilidade pelo Programa de Pós-Graduação em Contabilidade (PPGC) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Professor do colegiado de Ciências Contábeis da Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR), localizada na Av. Minas Gerais, n.5021, Apucarana – Paraná. Fone (43) 3420-5700. Identificadores (ID):

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8264-0874>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8837931256329442>

E-mail: cleberbroietti@gmail.com

Suliani Rover

Doutora em Controladoria e Contabilidade pela Universidade de São Paulo (USP), professora do colegiado de Ciências Contábeis e do Programa de Pós-Graduação em Contabilidade (PPGC) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), localizada na Rua Eng. Agrônomo Andrei Cristian Ferreira, Florianópolis – Santa Catarina. Fone (48) 3721-9383. Identificadores (ID):

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8612-2938>

Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6285577163747055>

E-mail: sulianirover@gmail.com

Resumo

Objetivo: Analisar o nível de *disclosure* ambiental dos relatórios de sustentabilidade da Natura Cosméticos S.A., no período de 2001 a 2019, à luz da Teoria da Divulgação Voluntária.

Metodologia: Utiliza a metodologia desenvolvida por Clarkson *et al.* (2008) para coleta e análise dos dados. Estes autores desenvolveram o índice de avaliação do nível da divulgação voluntária sobre políticas, desempenho e insumos ambientais que são divididos em 29 itens de divulgação *hard* e 16 itens de divulgação *soft*.

Resultados: Os itens de divulgação *hard* e *soft* do *disclosure* oscilaram no período analisado. A nota máxima obtida pela empresa foi 59 (dentre os 95 pontos possíveis), alcançada no ano de 2013, no relatório dos indicadores da GRI. Cabe destacar que nos itens *hard*, a variação do nível de evidenciação foi de 9% a 49%, enquanto nos itens *soft*, a empresa obteve variação de 19% a 88%.

Contribuições do Estudo: A contribuição prática e teórica da pesquisa está vinculada à evidenciação ambiental de uma grande empresa nacional envolvida com o meio ambiente, além de incrementar a literatura de divulgação ambiental nacional.

Palavras-chave: Relatório de Sustentabilidade; GRI; *Disclosure* ambiental; Natura.

Abstract

Purpose: Analyze the level of environmental disclosure in Natura Cosmetics S.A.'s sustainability reports from 2001 to 2019 in the light of the Voluntary Disclosure Theory

Methodology: We use the methodology developed by Clarkson *et al.* (2008), for data collection and analysis. The authors develop an index to assess the level of voluntary disclosure on environmental policies, performance and inputs, which are divided into 29 hard disclosure items and 16 soft disclosure items.

Results: The results show that the maximum score obtained by the company is 59 (among the 95 possible points), reached in 2013 in the report of the GRI indicators. Additionally, regarding the hard items, the variation in the level of disclosure is from 9% to 49%, while for soft items the variation is from 19% to 88%.

Contributions of the Study: The practical and theoretical contribution of the research is linked to the environmental disclosure of a large national company involved with the environment, in addition to increasing the literature on national environmental dissemination.

Keywords: Sustainability report; GRI; Environmental disclosure; Natura.

Resumen

Objetivo: analizar el nivel de divulgación ambiental de los informes de sostenibilidad de Natura Cosméticos S.A. desde 2001 hasta 2019 a la luz de la teoría de divulgación voluntaria.

Metodología: utiliza la metodología desarrollada por Clarkson *et al.* (2008), para la recopilación y análisis de datos, desarrollaron el índice para evaluar el nivel de la divulgación

voluntaria sobre políticas ambientais, desempenho e insumos, que se dividem em 29 elementos de divulgação dura y 16 elementos de divulgação suave.

Resultados: los ítems de divulgação dura y blanda en la divulgação fluctuaron en el período analizado, el puntaje máximo obtenido por la compañía fue de 59 (entre los 95 puntos posibles), alcanzado en 2013 en el informe de los indicadores GRI. Vale la pena señalar, que en los ítems duros la variación en el nivel de divulgação varió del 9% al 49%, mientras que los ítems blandos variaron del 19% al 88%.

Contribuciones del Estudio: la contribución práctica y teórica de la investigación está vinculada a la divulgação ambiental de una gran empresa nacional involucrada con el medio ambiente, además de aumentar la literatura sobre difusión ambiental nacional.

Palabras clave: Informe de sostenibilidad; GRI Divulgación ambiental; Natura

1 Introdução

A partir da década de 1970, a sustentabilidade começou a ganhar importância no cenário mundial. Até então, a preocupação centrava-se apenas no desenvolvimento econômico sem dar atenção ao meio ambiente (Castro, 2004). Posteriormente, na década de 1980, a Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, por meio do relatório de Brundtland, criou o termo desenvolvimento sustentável que consiste em atender às necessidades das gerações atuais, sem comprometer a capacidade das gerações futuras (Brundtland, 1991).

Desde então, tornou-se um grande desafio para as organizações realizarem o desenvolvimento de maneira sustentável, pois necessitam de uma política de gestão ambiental interna que favoreça vantagens no mercado competitivo (Lehner & Halliday, 2014). A fim de conseguir maior confiança de clientes e da sociedade, as empresas precisam evidenciar suas ações e preocupações com relação ao meio ambiente (Lehner & Halliday, 2014).

Uma maneira de apresentar essas ações é por meio da publicação do relatório de sustentabilidade que proporciona uma vantagem competitiva às organizações e apresenta uma melhor reputação para o mercado (Gomes, S.F. & Gomes, A.R., 2010). O relatório de sustentabilidade tornou-se uma prática gerencial amplamente utilizada pelas empresas em todo mundo para atender às expectativas dos *stakeholders* quanto às questões ambientais (Álvares & Ortas, 2016).

Uma pesquisa realizada pela Deloitte apontou que 62% das empresas brasileiras publicam o relatório de sustentabilidade ou o Balanço Social, e 17% pretendem publicá-lo. O mesmo estudo destaca que 79% publicam com referência ao padrão sugerido pela *Global Reporting Initiative* (GRI) e 17% levam em consideração o IBASE-Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Deloitte, 2012). A proposta de relatório da GRI, que traz diretrizes a serem seguidas, conduz a possibilidade de que se tenham informações claras, padronizadas, confiáveis e com fácil comparabilidade.

O GRI desenvolveu-se com o passar dos anos, tornando-se um instrumento de comparabilidade para as empresas que o utilizam. Em 2020, o GRI encontra-se na quarta geração ou G4. Esta geração estabelece normas, traz padronização e sugere que as empresas elaborem relatórios de forma mais organizada podendo, assim, comparar diversas empresas de diversos setores (GRI, 2020).

É necessário saber como as organizações se preocupam em informar quais ações são empreendidas por elas, com relação ao meio ambiente, uma vez que os relatórios de sustentabilidade têm apresentado informações socioambientais, porém, poucos estudos preocuparam-se em evidenciar esse tipo de demonstração. Nota-se, também, a necessidade apontada por Leite, Prates e Guimarães (2009), da realização de trabalhos longitudinais, a fim de constatar a evolução das organizações com relação à divulgação dos relatórios de sustentabilidade.

Desde modo, tem-se o seguinte problema de pesquisa: **Qual o nível de *disclosure* ambiental da Natura Cosméticos S.A., no período de 2001 a 2019?** Assim, o objetivo da pesquisa concentrou-se em analisar o nível de *disclosure* ambiental dos relatórios de sustentabilidade da Natura Cosméticos S.A., no período de 2001 a 2019, à luz da Teoria da Divulgação Voluntária.

Para analisar o nível de *disclosure* ambiental, fez-se o uso da metodologia de Clarkson, Li, Richardson e Vasvari (2008). A Teoria da Divulgação Voluntária, desenvolvida na década de 1980, foi utilizada na pesquisa no sentido de identificar os fenômenos relacionados ao *disclosure*, em que as empresas procuram divulgar as informações favoráveis, deixando de demonstrar as informações desfavoráveis (Verrecchia, 2001). Dye (2001) complementa com o argumento de que existe uma política de *disclosure* ótima, decorrente de um *trade-off* entre ganhos e perdas, que contemplará uma parte da divulgação, porém, não completa.

A empresa Natura Cosméticos S.A. foi escolhida por ter tido a iniciativa de publicar, desde 2001, os relatórios de sustentabilidade de acordo com a GRI, além de ter sido a primeira empresa brasileira listada na Revisa Exame entre as 100 empresas mais sustentáveis do mundo, em 2016 (Barbosa, 2016).

A escolha deve-se também ao fato de essa ser uma empresa brasileira de grande porte, presente no mercado de ações brasileiro, assim como em outros países da América Latina e Europa. A Natura já foi objeto de outros estudos (Barcelos, Tassigny, Carlos, Bizarria & Frota, 2015; Borges & Herreros, 2011; Lima, Albuquerque, Pavie & Campos, 2008; Vilha & Carvalho, 2005) relacionados ao comportamento ambiental, entretanto não se sabe qual seria o resultado quanto ao nível de *disclosure* dessa organização ao se utilizar a metodologia de Clarkson *et al.* (2008).

A pesquisa justifica-se pelo fato de evidenciar como ocorre a divulgação de informações ambientais por parte de uma grande empresa brasileira, ligada diretamente ao meio ambiente, principalmente em seu processo produtivo. A divulgação ambiental por parte das empresas aos interessados (acionistas, fornecedores, colaboradores, Estado, órgãos de supervisão e controle) representa uma importante forma de comunicação da empresa com o *stakeholders* (Barcelos *et al.*, 2015).

Outra justificativa deve-se à afirmação de Vogt, Hein, Rosa e Degenhart (2017) e Bae, Masud e Kim (2018) de que há a necessidade de mais estudos que evidenciem o grau de divulgação ambiental das empresas.

A pesquisa tem como contribuição constatar se uma empresa nacional de grande porte tem informado à sociedade as suas ações com relação ao meio ambiente (Leite *et al.*, 2009). O fornecimento desse tipo de informação pode aumentar a credibilidade da sociedade com relação à transparência das empresas. Também contribui para validar o instrumento de divulgações das empresas, proposto por Clarkson *et al.* (2008), uma das poucas ferramentas para medir as divulgações de sustentabilidade das empresas (Ong, Trireksani & Djajadikerta, 2016). Desse modo, espera-se que os achados dessa pesquisa contribuam para o conhecimento existente sobre o *disclosure* ambiental e forneçam oportunidades de novos estudos.

2 Revisão da Literatura

2.1 Sustentabilidade e Relatórios Corporativos

A sustentabilidade é a capacidade do sistema natural por meio da atividade humana, de conservar e proteger os recursos ambientais por tempo indeterminado (Dovers, 1996). Na prática, o conceito só começou a ganhar espaço no cenário mundial a partir da década de 1970, pois até então as empresas buscavam obter lucratividade, sem considerar o meio ambiente (Burgwal & Vieira, 2014).

Nesse sentido, as organizações recebem uma forte pressão da sociedade para evidenciar se suas atividades não estão prejudicando o meio ambiente e quais ações sustentáveis estão sendo realizadas. Diante disso, as organizações procuraram realizar a divulgação voluntária ambiental por meio de relatórios de sustentabilidades independentes (Kiliç & Kuzey, 2018).

A divulgação ambiental abrangente e transparente de informações por parte das organizações é uma exigência do mercado de ações (Richardson & Welker, 2001). Ong et al. (2016) complementam a afirmação de que os *stakeholders* precisam de mais informações ligadas à sustentabilidade para a tomada de decisão. Os relatórios de sustentabilidade têm como objetivo divulgar como foi o desempenho econômico, social, ambiental e de governança da empresa que os desenvolvem. Os relatórios também auxiliam a empresa a estabelecer metas, mostrar os impactos socioambientais relativos à sua atividade operacional, motivar mudanças e evitar tais impactos (GRI, 2020).

A divulgação de informação financeira ambiental, denominada também de *disclosure* ambiental, é importante para as empresas, pois pode contribuir para aumentar o valor desta (Bae et al., 2018) e evidenciar a relação que a organização tem com o meio ambiente (Gray, Kouhy & Lavers, 1995).

Entretanto, a divulgação não é igual em todas as organizações, o que influencia a padronização e dificulta a análise e as comparações das informações pelos *stakeholders* (Borges, Rosa & Ensslin, 2010). Para Gray et al. (1995), as divulgações sociais das organizações podem conter qualquer assunto. Nesse sentido, a GRI, uma organização internacional criada no final da década de 1990, procurou padronizar e estruturar a divulgação dos relatórios de sustentabilidade das organizações. Essa padronização dos relatórios contribui para que as empresas públicas, privadas, ONGs ou outras entidades possam divulgar informações claras e comparáveis.

Para a elaboração de relatórios de sustentabilidade têm-se as diretrizes que se baseiam em princípios, orientações e informações-padrão, sendo que estes elementos são idênticos em peso e importância. No conteúdo do relatório estão contidos os indicadores de desempenho, além dos outros itens de divulgação e das orientações sobre temas técnicos específicos relativos à elaboração dos relatórios de sustentabilidade (GRI, 2020). O modelo proposto pela GRI é composto pelas seguintes categorias: econômicas, ambientais e sociais.

Os modelos de relatório da GRI passaram por processos de evolução no decorrer dos anos. A versão G1 foi elaborada no ano 2000. Essa versão foi feita em conjunto com diversas partes interessadas com o meio ambiente. A segunda versão, G2, foi elaborada em 2002 por consequência do evento Rio + 10 como tentativa de apoio à sustentabilidade. A terceira versão, G3, foi criada em outubro de 2006. Essa versão contemplava uma estrutura para elaboração de relatórios a todos os tipos de empresa. No ano de 2011, a GRI implementou uma nova versão denominada de G3.1 que contemplava questões de gênero, direitos humanos e direitos da

sociedade. A versão G4 foi lançada no ano de 2013 e a principal alteração nessa versão foi a inclusão da qualidade técnica dos indicadores (GRI, 2020).

2.2 Teoria da Divulgação Voluntária

No entendimento de Verrecchia (2001), a divulgação voluntária de informações pode ser classificada em três categorias: divulgação baseada em associação (*association-based disclosure*); divulgação baseada em eficiência (*efficiency-based disclosure*); divulgação baseada em julgamento (*discretionary-based disclosure*). Essa última categoria procura os motivos da divulgação, ou não, de determinadas informações.

Nesse sentido, a Teoria da Divulgação Voluntária tem como foco tentar diminuir a assimetria entre as informações da organização e os atores externos, tendo como principal impulsionador, o investidor (Brammer & Pavelin, 2008). Segundo Clarkson et al. (2008), a Teoria da Divulgação Voluntária é considerada complementar de duas outras teorias, a da legitimidade e a do *stakeholders*, portanto, a Teoria da Divulgação Voluntária consegue explicar o nível prático da divulgação das empresas.

Para Dye (2001), a Teoria da Divulgação Voluntária tem como princípio a ideia de que qualquer organização procura realizar a divulgação de informações que lhe são favoráveis. Completam essa afirmação Brammer e Pavelin (2008) ao informar que a Teoria da Divulgação Voluntária aponta que as empresas cujo desempenho ambiental é considerado bom, não se resguardam em apresentar aos seus *stakeholders* os impactos ambientais causados pelas suas atividades, pois de acordo com essa teoria, a divulgação voluntária diminui o risco por meio das informações aos investidores.

A divulgação voluntária pode ser identificada pelos *stakeholders* como: de alto nível de divulgação, quando as questões ambientais relacionadas aos seus negócios são apresentadas; de baixo nível de divulgação, quando há pouca ou ausência da apresentação do impacto das atividades no meio ambiente causada pela organização. O nível alto de divulgação pode trazer vantagens competitivas para a empresa com relação à transparência do negócio para os *stakeholders* (Clarkson et al., 2008).

As empresas com melhor desempenho ambiental apresentam um nível superior com relação às divulgações ambientais, quando comparadas com as empresas com fraco desempenho ambiental. Para os autores citados, as empresas com melhor desempenho supõem que sua performance ambiental sobressai sobre os itens que ainda precisam melhorar e, por isso, não se afligem com as reações dos *stakeholders* (Clarkson et al., 2008).

2.3 Estudos Anteriores

Existem estudos que buscaram analisar o nível de evidenciação dos relatórios de sustentabilidade, tanto de empresas brasileiras como internacionais. Alguns desses estudos são descritos neste tópico. Álvares e Ortas (2016) testaram as influências das características culturais da sociedade nos relatórios corporativos de sustentabilidade. Os autores utilizaram um modelo de regressão quantitativa que permitiu testar várias hipóteses, em diferentes possibilidades, o qual cobria diferentes níveis de compromisso das empresas, envolvendo as partes interessadas e o desenvolvimento de práticas dos relatórios corporativos de sustentabilidade. Os autores concluíram que existe um padrão de articulação diferente entre as dimensões da cultura e os relatórios corporativos de sustentabilidade, isto nos diferentes níveis de comprometimento deste relatório.

Kuzey e Uyar (2016) investigaram as determinantes de práticas de divulgação de sustentabilidade, tendo como amostra 297 empresas de capital aberto da Turquia. Destacaram que empresas de manufatura têm maior tendência a divulgar relatórios de sustentabilidade. Também concluíram que o tamanho da empresa influencia na publicação, pois as esperam diminuir o custo de agência com a emissão do relatório e, por fim, que a alavancagem tem associação negativa com os relatórios de sustentabilidade.

Leite et al. (2009) estudaram o nível de evidenciação de empresas brasileiras consideradas A+ pela GRI, no ano de 2007. Para essa análise nos relatórios de sustentabilidade, compararam o grau de evidenciação entre o relatório das empresas com o nível de evidenciação ideal. Com isso, perceberam que nenhuma empresa atingiu o nível ideal e que a Petrobras foi a empresa que esteve mais próxima do nível proposto, com um grau aproximado de 49% do proposto pela norma GRI.

O trabalho de Ong et al. (2016) utilizou o índice proposto por Clarkson et al. (2008). Os autores procuraram constatar a qualidade da divulgação ambiental das indústrias australianas. Eles constataram que as indústrias divulgam mais itens “*soft*” do que “*hard*” e que as divulgações são mais voltadas para aspectos econômicos do que sociais e ambientais. A pesquisa de Ong e Djajadikerta (2018) utilizou a mesma base de dados para verificar o impacto da governança corporativa nos relatórios de sustentabilidade. Nessa nova análise, os autores identificaram várias correlações positivas entre a divulgação de sustentabilidade e a proporção de conselheiros independentes, diretorias e número de conselheiras.

Por outro lado, a pesquisa de He e Loftus (2014) que também utilizou o índice proposto por Clarkson et al. (2008), constatou que nas indústrias chinesas os índices “*hard*” são mais evidentes, porém essas indústrias apresentaram níveis mais baixos de divulgação ambiental do que as indústrias americanas e australianas.

A pesquisa de Ramya, Shereen e Baral (2020) procurou investigar o nível da comunicação ambiental das empresas indianas. Os autores classificaram a comunicação em *soft* e *hard* e identificaram que as empresas apresentam um baixo nível de divulgação com relação às mudanças climáticas.

A empresa Natura S.A., sujeito de pesquisa deste estudo, foi também objeto de pesquisa em muitos outros trabalhos, principalmente devido a sua relevância e disponibilidade de informações voluntárias. A Tabela 1 mostra alguns dos trabalhos que utilizaram a Natura S.A. como sujeito de pesquisa.

Tabela 1

Pesquisas que investigaram a empresa Natura

Autor/Ano	Objetivo	Conclusão
Vilha e Carvalho (2005).	Explorar o caso da Natura em relação à sua estratégia de gestão da inovação voltada para o desenvolvimento sustentável.	A Natura tem sido capaz de perceber as oportunidades tecnológicas e de mercado ao desenvolver produtos voltados para nichos de mercado ainda não explorados, além de estar apta para o esforço de implementação, nada trivial, de rotinas inteiramente novas, como também de mobilizar recursos e competências no seu processo de gestão da inovação tecnológica.
Lima et al. (2008).	Analisar a importância da escolha da localização no processo de internacionalização de uma empresa do setor de cosméticos.	Foi possível perceber que a motivação de entrada em outros países parece influenciar a decisão estratégica entre resposta global e local. Já em relação à forma de entrada, foi possível perceber o comportamento incremental na qual a empresa espera obter um nível de consolidação em suas operações, antes de aumentar o nível de comprometimento de recursos com estes mercados.

Matos, Reina, Ensslin e Reina (2011).	Analisar a evidenciação voluntária dos elementos do Capital Intelectual de natureza social e ambiental constantes nos Relatórios Anuais da Natura, no período entre 2003 e 2008.	Foi possível identificar uma significativa evidenciação dos elementos de Capital Intelectual, tanto de natureza social quanto ambiental. A categoria estrutura interna obteve mais evidenciação na área social e na ambiental. Ao longo do período analisado, houve uma sutil variação quanto aos elementos de Capital Intelectual de natureza social, porém não houve uma evolução significativa.
Borges e Herrerros (2011).	Compreender a dinâmica do <i>green business</i> junto ao cenário competitivo de mercado a partir da análise da <i>supply chain management</i> .	Dentre as categorias básicas da <i>supply chain management</i> da organização, o ambiente das categorias compras e produção foram determinantes no desempenho da Natura. As estratégias observadas revelaram um compromisso com a sustentabilidade em caráter direto, a partir do desenvolvimento de esforços sistemáticos utilizados pela organização.
Castro e Scherer (2012).	Analisar se os Investimentos Socioambientais e demais ações de Responsabilidade Social Corporativa das empresas impactam positivamente na imagem organizacional delas perante seus consumidores.	A pesquisa apontou que as ações da Natura mais bem divulgadas são as que causam maior impacto de melhoria de imagem, portanto, as organizações devem encontrar uma maneira de comunicar suas ações de forma a demonstrar que realmente se preocupam com as questões defendidas nos projetos e não estão apenas utilizando-os como forma de promoção.
Dantas, Nunes, Assis, Adriano e Fonseca (2016).	Analisar o nível de evidenciação dos indicadores ambientais e sociais em empresas de diferentes ramos e atividades, com base nos relatórios de sustentabilidade do ano de 2013.	O estudo analisou quinze empresas. Apesar da empresa Natura ter apresentado melhor evidenciação nos indicadores ambientais e sociais, nenhuma das empresas analisadas alcançou o topo no nível de evidenciação.

Fonte: Dados da pesquisa.

Os trabalhos relacionados na Tabela 1 evidenciam que a empresa Natura destaca-se como uma empresa que costuma evidenciar as informações ambientais, entretanto, notou-se que nenhum trabalho utilizou a metodologia de Clarkson et al. (2008) para constatar qual o nível de divulgação da Natura.

3 Procedimentos Metodológicos

A pesquisa caracteriza-se como descritiva e documental. Estabeleceu como prioridade a investigação qualitativa. A coleta de dados aconteceu pelo levantamento de dados secundários. Esses dados estavam disponíveis nos relatórios de sustentabilidade que se encontravam no próprio site da empresa. Os dados foram coletados e tabulados no Microsoft Excel.

Para a análise dos dados adotou-se a metodologia de Clarkson et al. (2008), também usada por de Burgwal e Vieira (2014) e Ong et al. (2016). Nesse tipo de pesquisa é empregado o índice de avaliação da divulgação voluntária sobre políticas, desempenho e insumos ambientais que são divididos em: itens de divulgação ‘*hard*’ e itens de divulgação ‘*soft*’.

Esse índice de pontuação é apropriado para relatórios ambientais (Burgwal & Vieira, 2014) e tem relação com os indicadores de desempenho ambiental do GRI. A divulgação ‘*hard*’ é uma medida quantitativa dividida em quatro categorias objetivas (Ong et al., 2016). Já a divulgação ‘*soft*’ é uma medida qualitativa, subjetiva, e é dividida em três categorias. Cada categoria representa um tema específico de possível divulgação.

Ao aplicar a metodologia de Clarkson et al. (2008), foram utilizados os relatórios corporativos que seguem as diretrizes da *Global Reporting Initiative* (GRI), disponíveis no endereço eletrônico da Natura Cosméticos S.A. A partir destes, foram feitas as avaliações da informação divulgada voluntariamente. Foram analisados cada um dos itens descritos nas

Figuras 1 e 2 e, com base na informação disponibilizada, foi concedida uma nota para comparação do nível de *disclosure*.

A Figura 1 apresenta os índices de divulgação *hard*, divididos em quatro grupos (A1, A2, A3 e A4) que apresentam informações quantitativas e objetivas.

(A1) Estrutura de governança e sistemas de gestão (nota máxima 6)

1. Existência de um departamento de controle da poluição e/ou posições gerenciais para fins de gestão ambiental (0-1)
2. Existência de um comitê de temas ambientais e/ou públicos no conselho (0-1)
3. Existência de termos e condições aplicáveis aos fornecedores e/ou clientes com relações às práticas ambientais (0-1)
4. Envolvimento dos *stakeholders* no estabelecimento de políticas empresariais ambientais (0-1)
5. Implementação do ISO14001 no nível da fábrica e/ou da empresa (0-1)
6. Vínculo entre remuneração dos executivos e seu desempenho ambiental (0-1)

(A2) Credibilidade (nota máxima 10)

1. Adoção das diretrizes GRI de divulgação dos relatórios de sustentabilidade ou provisões de um relatório CERES (0-1)
2. Verificação/garantia independente sobre informações ambientais divulgadas no relatório de proteção ambiental/*web* (0-1)
3. Verificações/auditorias periódicas independentes do desempenho e/ou sistemas ambientais (0-1)
4. Certificação de programas ambientais por agências independentes (0-1)
5. Certificação do produto com relação ao impacto ambiental (0-1)
6. Prêmios externos de desempenho ambiental e/ou inclusão em um índice de sustentabilidade (0-1)
7. Envolvimento dos *stakeholders* no processo de divulgação ambiental (0-1)
8. Participação em iniciativas ambientais aprovadas por Agência de Proteção Ambiental ou Ministério das Energias (0-1)
9. Participação em associações/iniciativas específicas da indústria para melhorar as práticas ambientais (0-1)
10. Participação em outras organizações/associações ambientais para melhorar as práticas ambientais (diferente da considerada sob 8 ou 9 acima) (0-1)

(A3) Indicadores de desempenho ambiental (IDA) (nota máxima 60)

1. IDA sobre uso de energia e/ou eficiência de energia (0-6)
2. IDA sobre uso de água e/ou eficiência do uso de água (0-6)
3. IDA sobre emissão de gases do efeito estufa (0-6)
4. IDA sobre outras emissões no ar (0-6)
5. IDA sobre liberação de produtos tóxicos - TRI4 (terra, água, ar) (0-6)
6. IDA sobre outras descargas, liberações e/ou derramamentos (fora TRI) (0-6)
7. IDA sobre geração e/ou gestão do lixo (reciclagem, reuso, redução, tratamento e eliminação) (0-6)
8. IDA sobre uso de terra e recursos, biodiversidade e preservação (0-6)
9. IDA sobre impactos ambientais dos produtos e serviços (0-6)
10. IDA sobre desempenho de cumprimento (por exemplo excessos, incidentes de notificação compulsória) (0-6)

(A4) Gastos ambientais (nota máxima 3)

1. Resumo do dinheiro economizado pela empresa como resultados de iniciativas ambientais (0-1)
2. Valor gasto com tecnologias, P&D e/ou inovações para melhorar o desempenho e/ou a eficiência ambiental (0-1)
3. Valor gasto com multas relacionadas a questões ambientais (0-1)

Figura 1 *Itens de divulgação 'hard'*

Fonte: adaptado de Clarkson et al. (2008).

Pode-se notar que ao final de cada tópico há uma nota máxima que a empresa pode obter. Nesse sentido, quando maior a nota, maior será o nível de divulgação nesse quesito. Na construção do índice de divulgação, os itens em todas as categorias, exceto A3, são pontuados de forma dicotômica, ou seja, um ponto é concedido se a informação for divulgada e 0, em caso contrário.

No caso do grupo A3, é importante destacar que um ponto é atribuído para cada um dos seguintes itens: (a) apresentação de dados de desempenho; (b) apresentação de dados de desempenho com relação aos pares/concorrentes ou à indústria; (c) apresentação de dados de desempenho com relação a períodos anteriores (análise de tendências); (d) apresentação de dados de desempenho com relação às metas; (e) apresentação de dados de desempenho nos formatos absoluto e normalizado; e (f) apresentação de dados de desempenho em nível desagregado.

Na Figura 2 estão descritos os itens de divulgação *soft*. A apresentação ocorre da mesma forma como a dos itens *hard*.

(A5) Visão e afirmações estratégicas (nota máxima 6)

1. Declarações do diretor sobre desempenho ambiental em uma carta aos acionistas e/ou *stakeholders* (0-1)
2. Uma declaração sobre a política empresarial ambiental, valores e princípios, códigos de conduta ambiental (0-1)
3. Uma declaração sobre sistemas gerenciais formais relacionados ao risco e desempenho ambientais (0-1)
4. Uma declaração de que a empresa efetua revisões e avaliações periódicas do seu desempenho ambiental (0-1)
5. Uma declaração sobre metas mensuráveis em termos do desempenho ambiental futuro (não consideradas sob A3) (0-1)
6. Uma declaração sobre inovações ambientais específicas e/ou novas tecnologias (0-1)

(A6) Perfil ambiental (nota máxima 4)

1. Uma declaração sobre o (ou a falta de) cumprimento da empresa com normas ambientais específicas (0-1)
2. Uma visão geral do impacto ambiental da indústria (0-1)
3. Uma visão geral de como as operações e/ou produtos e serviços da empresa influenciam o ambiente (0-1)
4. Uma visão geral do desempenho empresarial ambiental com relação aos pares na indústria (0-1)

(A7) Iniciativas ambientais (nota máxima 6)

1. Uma descrição substantiva da capacitação dos funcionários para a gestão e as operações ambientais (0-1)
2. Existência de planos de resposta em caso de acidentes ambientais (0-1)
3. Prêmios ambientais internos (0-1)
4. Auditorias ambientais internas (0-1)
5. Certificação interna de programas ambientais (0-1)
6. Envolvimento comunitário e/ou doações relacionadas ao ambiente (não considerados sob A1, 4 ou A2, 7) (0-1)

Figura 2 *Itens de divulgação 'soft'*

Fonte: adaptado de Clarkson et al. (2008).

A nota para os itens *soft* é atribuída pela divulgação do quesito. Nesse sentido, quanto maior a nota, maior será o nível de divulgação nesse quesito. Da mesma maneira que no item *hard*, os itens em todas as categorias são pontuados de forma dicotômica, um ponto é concedido se a informação for divulgada e 0, em caso contrário.

A nota máxima que pode ser obtida com os itens de divulgação *soft* é de 16, sendo que nos itens *hard* a empresa pode alcançar, no máximo, a nota 79. Foi considerado bom resultado para ambos os itens (*hard* e *soft*) a pontuação que tenha atingido resultado superior a 50%.

Tal trabalho analisou também o investimento realizado pela empresa com Pesquisa e Desenvolvimento (P&D). Verificou ainda o percentual dessa conta com relação ao Ativo Total e o Lucro Líquido e, para isso, foram coletados os dados no Balanço Patrimonial da companhia das contas do Ativo Total, do Lucro Líquido e da conta P&D.

4 Resultados da Pesquisa

Esse tópico apresenta os resultados e análises da pesquisa. Está dividido em três seções. A primeira seção trata da caracterização da empresa Natura Cosméticos S.A, a segunda, do *disclosure* ambiental dos relatórios corporativos, e a terceira da análise dos relatórios da empresa para identificar a nota dos índices *hard* e *soft* da divulgação ambiental.

4.1 Natura Cosméticos S.A.

A Natura é uma empresa brasileira, fundada em 1969. A empresa divulga o relatório anual de sustentabilidade desde 2001, sendo a primeira empresa na América Latina a adotar o padrão GRI (Natura, 2001).

A Natura é uma empresa brasileira que está presente em dez países. Sua atividade operacional é a venda de cosméticos, higiene pessoal e essências aromáticas (Natura, 2019). Vilha e Carvalho (2005) destacam que o modelo de negócios da Natura busca incentivar a sustentabilidade, além de ser garantida a preservação ambiental quando se trata da extração das matérias-primas. Ainda os autores constataram que a empresa pode ser diferenciada por garantir a manutenção econômica e social nas comunidades onde são extraídos e manuseados os ativos que serão utilizados na produção.

De acordo com Matos et al. (2011), a empresa em questão utiliza uma política de sustentabilidade na gestão, havendo equilíbrio entre o econômico, o social e o ambiental, vinculado à marca Natura e à suas ações. Na sequência são apresentados os resultados das pesquisas nos relatórios da empresa estudada.

4.2 Disclosure Ambiental dos Relatórios Corporativos

Percebe-se que a divulgação dos Relatórios Corporativos da Natura acompanhou a evolução do modelo do relatório do GRI, nos 19 anos analisados. No ano de 2001, a empresa utilizou o modelo GRI-01, entre 2002 a 2005 utilizou a Geração 2, nos sete anos subsequentes (2006 a 2012), utilizou a Geração 3, e, de 2013 a 2019, a Geração 4. Assim, observa-se que a empresa Natura seguiu as alterações propostas pelos modelos da GRI (GRI, 2020). Nesta pesquisa foram analisados 19 relatórios. A Tabela 2 mostra os resultados da pesquisa dos itens *hard* de divulgação.

Tabela 2

Resultado dos itens de divulgação 'hard'

ITENS	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
A1.1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
A1.2	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0
A1.3	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
A1.4	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
A1.5	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0
A1.6	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1
A2.1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
A2.2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1

A2.3	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
A2.4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1
A2.5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1
A2.6	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1
A2.7	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1
A2.8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0
A2.9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1
A2.10	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1
A3.1	1	3	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	6	6	6	6
A3.2	1	3	4	4	4	4	5	5	4	3	6	6	6	5	6	4	3	3	3
A3.3	0	3	3	3	3	3	4	4	3	1	4	5	5	4	5	3	3	1	1
A3.4	0	2	3	3	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0
A3.5	0	1	1	1	2	2	0	1	1	0	2	0	1	2	1	0	2	2	3
A3.6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	0	2	3	4
A3.7	0	3	3	3	3	4	4	5	4	3	5	5	5	3	4	2	4	2	2
A3.8	0	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	3	4	4	2	3	1	2
A3.9	0	1	2	2	1	3	3	1	3	3	3	4	4	2	3	4	2	1	3
A3.10	0	2	2	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1
A4.1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A4.2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
A4.3	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total %	9	41	47	47	44	42	42	51	49	39	56	56	59	42	46	47	52	45	55

Fonte: Dados da pesquisa.

As análises dos relatórios de sustentabilidade apresentados pela Natura, de 2001 a 2019, indicam que houve aumento no nível de *disclosure* das informações presentes no relatório até o ano de 2009, com relação ao item A1. A partir do ano de 2010, a empresa deixou de publicar algumas das informações deste item. Cabe destacar que em 2002 a empresa criou o Comitê de Sustentabilidade.

Com relação ao item A1.5, é importante salientar que houve a implantação da ISO14.001 no ano de 2012. Entretanto, a contar de 2010, em alguns anos a empresa não informou sobre a implantação ou manutenção do certificado da ISO.

Nas análises dos itens de Credibilidade (A2), a empresa se destacou com relação ao item A2.1, o que evidencia que a empresa em todos os anos adotou as diretrizes GRI de divulgação nos relatórios. Em concordância com a Teoria da Divulgação Voluntária (Brammer & Pavelin, 2006), a empresa parece informar ao investidor as atividades ambientais desenvolvidas na organização.

A divulgação das informações sobre os Indicadores de Desempenho Ambiental (IDA) apresentou um aumento. Em 2001, quase não havia informação. Já em 2015, a empresa ganhou 31 pontos de informação presentes do Caderno de Indicadores GRI. Desses itens destaca-se o IDA sobre o uso de água e/ou eficiência do uso da água (A3.2). Este item obteve pontuação máxima em seis anos, dos dezenove analisados. Pode-se destacar outro indicador, o A3.6, que apresentou resultados apenas nos últimos anos.

Nos itens de gastos ambientais (A4), destaca-se o item A4.2, que em todos os anos apresentou resultado. Apesar de o estudo de Leite et al. (2009) ter identificado que a empresa Natura, na maioria dos relatórios, foi classificada no nível dois, ou seja, a empresa apresenta informação quantitativa não monetária, a Figura 3 apresenta o contrário.

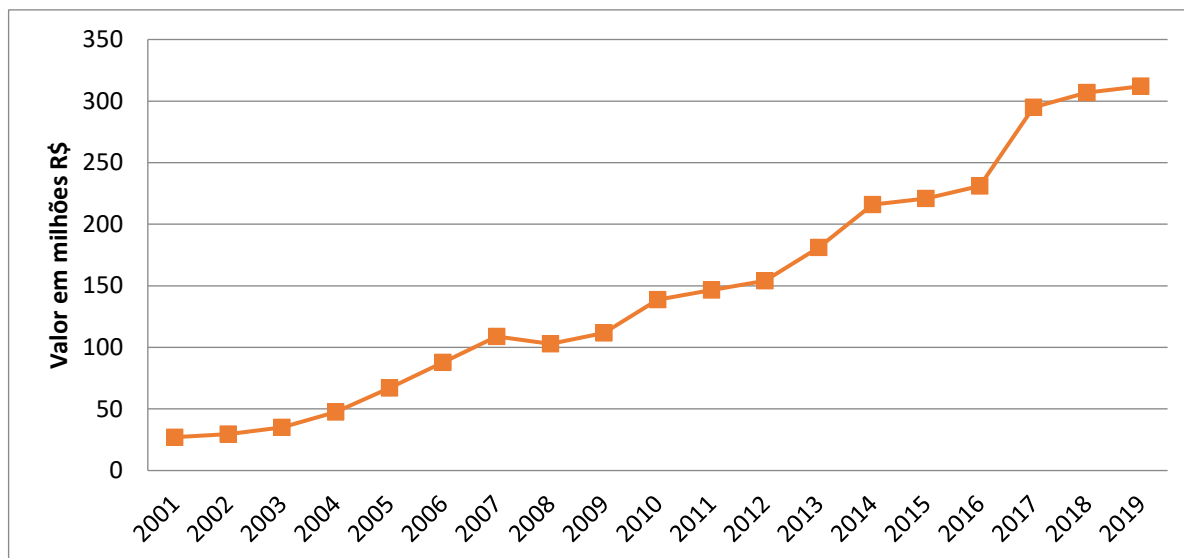


Figura 3 Valor gasto com tecnologias, P&D e/ou inovações - em milhões (R\$).

Fonte: Dados da pesquisa.

Na Figura 3 pode-se notar que o valor de gasto com tecnologia, pesquisa e desenvolvimento e/ou inovações evoluiu no período analisado, apesar de sofrer pequena queda no ano de 2008.

Na Tabela 3, apresentam-se os valores por ano do Ativo, Lucro Líquido e dos investimentos em P&D.

Tabela 3

P&D, Ativo Total e Lucro Líquido em milhões (R\$) e suas relações.

ANO	ATIVO TOTAL (AT)	LUCRO LÍQUIDO (LL)	P&D	P&D/AT	P&D/LL
2001	461,99	9,49	27,10	5,87%	285,71%
2002	584,43	21,74	29,70	5,08%	136,61%
2003	645,57	65,16	35,00	5,42%	53,71%
2004	846,40	300,41	47,40	5,60%	15,78%
2005	1167,58	397,36	67,10	5,75%	16,89%
2006	1325,41	469,33	87,00	6,56%	18,54%
2007	1619,44	460,07	108,90	6,72%	23,67%
2008	1809,10	517,86	103,00	5,69%	19,89%
2009	2278,48	683,92	111,80	4,91%	16,35%
2010	2609,02	744,05	138,70	5,32%	18,64%
2011	3176,87	830,90	146,60	4,61%	17,64%
2012	4462,81	861,22	154,00	3,45%	17,88%
2013	5038,77	842,61	181,00	3,59%	21,48%
2014	5653,44	732,82	216,00	3,82%	29,48%
2015	7166,61	513,51	221,00	3,08%	43,04%
2016	8.421,58	296,7	231	2,74%	77,86%
2017	14.957,46	670,25	295	1,97%	44,01%
2018	15.379,55	548,38	307	2,00%	55,98%
2019	21.184,51	155,47	312	1,47%	200,68%

Fonte: Dados da pesquisa.

Na Tabela 3 é possível perceber que há uma redução da relação entre pesquisa e desenvolvimento e os valores referentes ao Ativo Total. Já com relação ao Lucro Líquido, nota-se que a empresa mantém os investimentos em pesquisa, independentemente do lucro do período.

Em relação ao item A4.3, a empresa evidenciou que não houve incidentes ou multas por não cumprimento de declarações, convenções, tratados internacionais e legislações nacional, regional e local correspondentes a assuntos ambientais, exceto nos anos de 2010 e 2011. Em 2010, a empresa recebeu 68 infrações por acesso supostamente irregular à biodiversidade que totalizaram R\$ 22 milhões. Em 2011, pelo mesmo motivo, a empresa ganhou duas infrações com valor total de R\$ 500 mil.

Na Tabela 4 são apresentados os itens *soft* de divulgação.

Tabela 4

Resultado dos itens de divulgação 'soft'

ITENS	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
A5.1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
A5.2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
A5.3	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1
A5.4	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
A5.5	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
A5.6	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
A6.1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0
A6.2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
A6.3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
A6.4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
A7.1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1
A7.2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
A7.3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1
A7.4	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1
A7.5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0
A7.6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Total %	19	56	69	69	75	75	75	75	81	75	75	88	75	69	50	63	56	63	75

Fonte: Dados da pesquisa.

Especificamente, o item A5.1 foi evidenciado em todos os relatórios de sustentabilidade. Neste item destaca-se que a declaração sobre o desempenho ambiental em uma carta aos acionistas e/ou *stakeholders* é, em todos os anos, uma mensagem da presidência.

No item A5.2 foram evidenciados, na maioria dos relatórios, a razão de ser, a visão e as crenças da empresa. Já no item A5.3, a empresa evidenciou, por meio do relatório, que contempla sistemas gerenciais formais relacionados ao risco e desempenho ambiental.

A empresa Natura começou a evidenciar que faz revisões e avaliações periódicas do seu desempenho ambiental (A5.4) a partir do ano 2006, nas quais declara que tem um sistema próprio que permite avaliar o desempenho socioambiental da empresa. Como apontado por Clarkson et al. (2008), as empresas com melhor desempenho apresentam alto nível de divulgação das informações ambientais.

Como a empresa encontra-se no ramo de cosméticos, exige-se a necessidade de testar os produtos fabricados. Estes testes eram realizados em animais, até 2005. A partir de 2006, a empresa não realizou mais testes em animais. Essa situação reforça a afirmação de Clarkson et

al. (2008) de que as empresas com bom desempenho ambiental não têm receio de divulgar informações ambientais inerentes a sua atividade com receio da reação dos investidores.

As inovações ambientais específicas e/ou sobre novas tecnologias (A5.6) foram evidenciadas todos os anos, a partir de 2002. A empresa destacou no relatório de 2003 que tem uma estratégia para o conhecimento sustentável da biodiversidade brasileira.

Quanto ao item “perfil ambiental (A6)”, destaque-se o item A6.3 (uma visão geral de como as operações e/ou produtos e serviços da empresa influenciam o ambiente), no qual a Natura pontuou em todos os anos. Já, no item A6.4 não houve evidenciação em nenhum dos relatórios analisados, pois a empresa apresenta apenas o próprio desempenho ambiental, sem fazer comparações com os pares na indústria.

Nas iniciativas ambientais da empresa Natura (A7) destaca-se, principalmente, o item A7.6, que trata do envolvimento comunitário e/ou doações relacionadas ao ambiente, no qual obteve evidenciação em todos os relatórios analisados. A Natura descreveu substantivamente a capacitação dos funcionários para a gestão e as operações ambientais (A7.1), e apenas nos anos de 2001 e 2015 a mesma não foi apresentada. A empresa, no ano de 2014, elaborou um Programa de Meio Ambiente, destacado no relatório de 2014, que capacita funcionários para atuarem em conformidade com a ISO 14.001, entretanto, nos outros anos esse programa não foi mencionado nos relatórios.

A existência de planos de resposta, em caso de acidentes ambientais (A7.2), foi evidenciada apenas em 2005 e 2009, quando a empresa demonstrou que tem metas e programas para proteger e restaurar ecossistemas e espécies nativas em áreas degradadas.

Em relação aos prêmios ambientais internos (A7.3), a empresa evidenciou, em 2012, que valoriza as consultoras na disseminação de valores e crenças da empresa. Além de iniciativas sustentáveis desenvolvidas para visar a um mundo melhor, nos três últimos anos analisados apresentou premiação para os colaboradores.

A empresa realiza auditorias ambientais internas (A7.4), entretanto essa ação não foi evidenciada nos relatórios de 2001 e 2015. As certificações internas de programas ambientais (A7.5) foram evidenciadas apenas nos relatórios de 2012 e 2014.

Na Tabela 5 são apresentados os resultados, em conjunto, dos dois níveis (*hard e soft*).

Tabela 5

Disclosure ambiental da Natura nos anos de 2001 a 2019.

ITENS	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
A1. Estrutura de governança e sistemas de gestão (nota máx. 6)	0	5	5	5	6	6	4	6	6	5	5	5	5	1	2	3	4	4	4
A2. Credibilidade (nota máx. 10)	4	6	6	6	6	5	6	8	8	8	8	9	9	2	1	8	7	7	9
A3. Indicadores de desempenho ambiental (nota máx. 60)	2	19	24	24	21	21	22	24	23	16	29	28	31	28	31	21	25	20	25
A4. Gastos ambientais (nota máx. 3)	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2

Divulgação 'hard' (0-79)	7	32	37	37	35	33	33	40	39	31	44	44	47	33	36	35	38	33	40
A5. Visão e afirmações estratégicas (nota máx. 6)	1	4	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	5	4	5	5
A6. Perfil ambiental (nota máx. 4)	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
A7. Iniciativas ambientais (nota máx. 6)	1	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	5	3	3	1	2	3	3	4
Divulgação 'soft' (0-16)	3	9	11	11	12	12	12	12	13	12	12	14	12	11	8	10	9	11	12
Total (0-95)	10	41	48	48	47	45	45	52	52	43	56	58	59	44	44	45	47	44	52

Fonte: Dados da pesquisa.

Observa-se na comparação da *disclosure* ambiental que a divulgação 'soft' apresentou mais alto percentual de divulgação (65%) dos itens, quando comparado com o nível 'hard' cujo percentual foi de 44%. Esse resultado reforça o achado de Ong et al. (2016) no qual as empresas pesquisadas por esses autores também apresentaram melhor resultado no nível *soft*.

Ao comparar o desempenho dos indicadores *hard* e *soft* da empresa Natura S.A, com as empresas australianas, realizadas no estudo de Ong et al. (2016), os resultados apresentaram média nos indicadores *soft* de 39% e *hard* 22%, o que evidencia que a empresa brasileira mostrou melhores resultados.

4.3 Análises dos Resultados

De maneira geral, é possível ver que os itens *hard* apresentaram um aumento no nível de *disclosure*, desde o início da publicação do relatório de sustentabilidade, de 2001 até o ano de 2013. Contudo, é notório que nos últimos seis anos analisados (2014 a 2019), o caderno de indicadores GRI obteve oscilações e a média nesse último período foi de 36%. Na sequência, são realizados alguns apontamentos dos sete grupos que compõem os itens *hard* e *soft*.

No item A1, em quatro anos (2005, 2006, 2008 e 2009) a empresa recebeu nota máxima, o que significa aumento no nível do *disclosure*. Entretanto, a partir de 2010, houve um retrocesso na evidenciação de pelo menos um item. Em compensação, o item A2 não obteve em nenhum dos anos nota máxima, mas em 2011, 2012 e 2019 obteve o maior resultado neste item.

Com relação aos indicadores de desempenho ambiental (A3), podem-se destacar os resultados do relatório de indicadores GRI dos anos de 2013 e 2015 que alcançaram nota 31. O ano de 2014 apresentou uma pequena retração da evidenciação. Os gastos ambientais (A4) não alcançaram nota máxima em nenhum dos anos.

Os itens *soft*, de maneira geral, apresentaram aumento no nível de *disclosure* desde o início da publicação do relatório de sustentabilidade. O ápice aconteceu no ano de 2012, quando a empresa alcançou 14 pontos dos 16 possíveis.

O item A5 obteve nota máxima em oito anos, de 2006 a 2013. É evidente um aumento neste indicador. O perfil ambiental (A6) da empresa não chegou à nota máxima em nenhum dos anos, entretanto, os anos com menor pontuação foram os de 2001 e 2017.

As iniciativas ambientais (A7) evoluíram até 2014, sendo que o ano de 2012 destacou-se com nota cinco. Contudo, vale ressaltar que em 2015 a empresa deixou de evidenciar alguns indicadores no caderno de indicadores GRI.

Em suma, a nota máxima possível de ser alcançada nos dois níveis é 95, e a pontuação máxima da empresa foi 59, no ano de 2013. Nesse sentido, é evidente o aumento no nível de *disclosure* ambiental da Natura S.A. até o ano de 2013, entretanto pode-se notar que a empresa, nos anos seguintes, deixou de publicar algumas informações. Como consequência, a empresa deixou de apresentar uma alta evidência ambiental passando a ter uma baixa apresentação das questões ambientais nos anos de 2014, 2015, 2016 e 2018 (Clarkson et al., 2008).

Ao comparar o resultado deste estudo com outras pesquisas, como o trabalho de Leite et al. (2009) em que foram analisados os níveis de evidência dos relatórios de sustentabilidade das empresas brasileiras A+ do GRI, sendo elas Banco Real, Banco Bradesco, Banco Itaú, Bunge, Natura e Petrobras, no ano de 2007, o resultado indicou que a Natura apresentou 68 indicadores dos 83 analisados na pesquisa, apresentando, assim, a evidência de 82%.

Já no estudo de Burgwal e Vieira (2014), a empresa Natura S.A. apresentou melhores resultados de divulgação que as empresas holandesas que fizeram parte da amostra do referido estudo.

O estudo de Degenhart, Rosa, Hein e Vogt (2016) sobre o grau de evidência dos impactos ambientais que contou com 97 empresas listadas na IBrX-100 da B3, entre 2010 e 2013, mostrou a empresa Natura S.A. na 7ª posição das empresas que mais evidenciam seus impactos ambientais.

Apesar de a empresa Natura ter sido apontada nesta e outras pesquisas relatadas anteriormente como uma empresa que apresenta bons resultados quanto à divulgação da informação ambiental, ainda existem vários pontos a ser melhor abordados quanto à divulgação dos *stakeholders*, principalmente os itens *hard*, que em alguns anos, no resultado geral, seguindo a metodologia de Clarkson et al. (2008), não chegaram à metade da pontuação total.

A seção de análise dos resultados procurou evidenciar o nível de *disclosure* ambiental da empresa Natura S.A. entre os anos de 2001 a 2019. Nesse período notou-se aumento nos indicadores, até o ano de 2013. Esta seção também demonstrou que a empresa relata mais itens *soft* do que itens *hard*.

5 Considerações Finais

O objetivo deste estudo foi analisar o nível de *disclosure* ambiental dos relatórios de sustentabilidade da Natura Cosméticos S.A., no período de 2001 a 2019, à luz da Teoria da Divulgação Voluntária. O estudo utilizou a metodologia proposta por Clarkson et al. (2008).

Nos resultados encontrados nesta pesquisa, foi possível identificar o aumento no nível do *disclosure* da empresa em relação às informações ambientais pertinentes à sua atividade fim. No entanto, esse aumento no nível do *disclosure* das informações ambientais ocorreu até o ano de 2013, quando a empresa obteve a maior nota em relação aos outros anos. Nos anos subsequentes, de 2014 a 2019, a entidade não evidenciou aumento e sim uma oscilação na pontuação dos indicadores *hard* e *soft*.

Os indicadores *hard* apresentaram um maior nível de evidência no ano de 2013, sendo encontrados no relatório de sustentabilidade de indicadores da GRI, enquanto os indicadores *soft* foram mais evidenciados no ano de 2012. A nota máxima de *disclosure* que a empresa poderia obter seria 95. Entretanto, a maior nota da empresa foi 59, encontrada no caderno de indicadores GRI do ano de 2013. A variação dos itens *hard*, do nível de evidência foi de 9% a 49%, enquanto nos itens *soft*, a variação foi de 19% a 88%.

Portanto, foi possível identificar que após 2013 a empresa deixou de publicar alguns dos indicadores analisados, demonstrando assim uma redução na evidência das informações

ambientais. Nesse sentido, e com as notas obtidas pela Natura nos indicadores *soft* e *hard*, percebe-se que a empresa precisa apresentar mais informações ambientais, principalmente com relação aos indicadores *hard*, que na média não chega a 50% da pontuação.

Pode-se relacionar tal constatação à Teoria da Divulgação que, conforme Verrecchia (2001,) as empresas não se comprometem com o *disclosure* completo, nem retêm totalmente as informações. Essa estratégia da empresa também se relaciona ao custo de coleta, organização, elaboração e divulgação de informações, ou seja, divulgar a totalidade de informações pode ser custoso e, de certa forma, pode relevar informações confidenciais ou prejudiciais à empresa. Assim, as empresas realizam divulgações com o intuito de mitigar problemas decorrentes da sua não evidenciação.

A contribuição da pesquisa está vinculada à evidenciação ambiental de uma grande empresa nacional envolvida com o meio ambiente, além de incrementar a literatura da divulgação ambiental nacional.

Nesse sentido, a contribuição do estudo vincula-se à medição da divulgação ambiental. Para avaliar esta divulgação foi utilizada a metodologia de Clarkson et al. (2008), que tem como base a busca pela avaliação do compromisso ambiental das empresas (Clarkson et al., 2008). O estudo colabora com o incremento da literatura sobre pesquisas que abordam o *disclosure* ambiental. Outra contribuição do estudo é mostrar o enfoque de uma empresa brasileira que utiliza recursos naturais para produção de seus produtos e, apesar de a legislação brasileira não impor a publicação obrigatória do relatório de sustentabilidade, a mesma realizou a divulgação voluntariamente aos *stakeholders*.

A pesquisa limita-se a analisar uma única companhia ao longo do tempo, além de investigar apenas um dos relatórios corporativos, aquele que apresenta informações de acordo com as diretrizes da GRI. Assim, os resultados não devem ser generalizados. Como sugestão para futuras pesquisas, poder-se-ia analisar outros documentos da empresa pesquisada e também outras empresas.

Referências

Álvares, I. G., & Ortas, E. (2016). Corporate environmental sustainability reporting in the context of national cultures: a quantile regression approach. *International Business Review*, 26(2), 337-353. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.09.003>.

Bae, S. M., Masud, M. A. K., & Kim, J. D. (2018). A cross-country investigation of corporate governance and corporate sustainability disclosure: a signaling Theory Perspective. *Sustainability*, 10(2611), 2-16. DOI:10.3390/su10082611.

Barbosa, V. (2016). As 100 empresas mais sustentáveis do mundo em 2016. *Revista Exame*. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/as-100-empresas-mais-sustentaveis-do-mundo-em-2016>>. Acesso em: 22 abr. 2016.

Barcelos, D. P., Tassigny, M. M., Carlos, M. G. O., Bizarria, F. P. A., & Frota, A. J. A. (2015). Evidenciação ambiental à luz da NBC T 15: o caso da Natura. *AOS- Amazônia, Organizações e Sustentabilidade*, 4(2), 127-146. <http://dx.doi.org/10.17800/2238-8893/aos.v4n2p127-146>.

- Borges, A. P., Rosa, F. S., & Ensslin, S. R. (2010). Evidenciação voluntária das práticas ambientais: um estudo nas grandes empresas brasileiras de papel e celulose. *Produção On Line*, 20(3), 404–417. <https://doi.org/10.1590/S0103-65132010005000034>.
- Borges, F. Q., & Herreros, M. M. A. G. (2011). Green business e os desafios da competitividade no ambiente da supply chain management: o caso da Natura Cosméticos S/A. *Inf. & Soc.* 21(3), 13-20.
- Brammer, S., & Pavelin, S. (2008). Factors influencing the quality of corporate environmental disclosure. *Business Strategy and the Environment*, 17(2), 120-136. Doi: 10.1002/bse.506
- Brundtland, G.H. (1991). *Nosso futuro comum* (2ªed.). Rio de Janeiro, RJ: Fundação Getúlio Vargas.
- Burgwal, D. V., & Vieira, R. J. O. (2014). Determinantes da divulgação ambiental em companhias abertas holandesas. *Revista Contabilidade & Finanças*, 25(64), 60-78. Doi: <https://doi.org/10.1590/S1519-70772014000100006>.
- Castro, A. E., & Scherer, F. L. (2012). Investimentos socioambientais para posicionamento de marca: um estudo sobre imagem organizacional. *Revista Gestão & Tecnologia*, 12(3), 258-286. Doi: <https://doi.org/10.20397/2177-6652/2012.v12i3.468>.
- Castro, C. J. (2004). Sustainable development: mainstream and critical perspectives. *Organization & Environment*, 17(2), 195-225. <https://doi.org/10.1177/1086026604264910>.
- Clarkson, P. M., Li, Y., Richardson, G. D., & Vasvari, F. P. (2008). Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: an empirical analysis. *Accounting, Organizations and Society*, 33(4/5), 303-327. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2007.05.003>.
- Dantas, P. A., Nunes, R. V., Assis, C. W. C., Adriano, N. A., & Fonseca, R. C. (2016). Nível de evidenciação dos indicadores ambientais e sociais sob a perspectiva da análise hierárquica de processos (ahp) – um estudo exploratório nas empresas com melhor desempenho no índice de sustentabilidade empresarial (ise) em 2013. *GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas*, 11(1), 1-28. Doi: 10.15675/gepros.v11i1.1327.
- Degenhart, L., Rosa, F. S., Hein, N., & Vogt, M. (2016). Avaliação do grau de evidenciação dos impactos ambientais em relatórios de sustentabilidade e relatórios anuais de empresas brasileiras. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade*, 6(1), 81-103.
- Deloitte. (2012). Qualidade das informações Transparência e integração nas divulgações das companhias abertas. P.8,2012. Apoio do Instituto Brasileiro de Relações com Investidores (IBRI). Disponível em: <[http://www.ibri.com.br/Upload/Arquivos/enquete/RelatórioIBRI\(2\).pdf](http://www.ibri.com.br/Upload/Arquivos/enquete/RelatórioIBRI(2).pdf)>. Acesso em: 4 jun. 2015.
- Dovers, S.R. (1996). Sustainability: demands on policy. *Journal of Public Policy*, 16(3), 303-318.

Dye, R. A. (2001). An evaluation of essays on disclosure and the disclosure literature in accounting. *Journal of Accounting and Economics*, 32(1-3), 181-235. [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(01\)00024-6](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(01)00024-6).

Gomes, S. F. Jr., & Gomes, A. R. (2010). As vantagens da sustentabilidade empresarial. *INGREPO – Inovação, Gestão e Produção*, 2(6), 62-71.

Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 8(2), 47-77. <https://doi.org/10.1108/09513579510146996>.

GRI - Global Reporting Initiative (2020). Diretrizes para a elaboração de relatórios de sustentabilidade. Disponível em: <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Portuguese-G3-Reporting-Guidelines.pdf>. Acesso em: 17 abril. 2020.

He, C., & Loftus, J. (2014). Does environmental reporting reflect environmental performance? Evidence from China. *Pacific Accounting Review*, 26(1/2), 134-154. <https://doi.org/10.1108/PAR-07-2013-0073>.

Kiliç, M., & Kuzey, C. (2018). Assessing current company reports according to the IIRC integrated reporting framework. *Meditari Accountancy Research*, 26(2), 305-333. Doi: 10.1108/MEDAR-04-2017-0138.

Kuzey, C., & Uyar, A. (2016). Determinants of sustainability reporting and its impact on firm value: evidence from the emerging market of Turkey. *Cleaner Production*, 143, 27-39. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.153>.

Lehner, M., & Halliday, S. V. (2014). Branding sustainability: opportunity and risk behind a brand-based approach to sustainable markets. *Ephemera Journal*, 14(1), 13-34.

Leite, G. A., Filho. Prates, L. A., & Guimarães, T. N. (2009). Análise os níveis de evidenciação dos relatórios de sustentabilidade das empresas brasileiras A+ do Global Reporting Initiative (GRI) no ano de 2007. *RCO – Revista de Contabilidade e Organizações*, 3(7), 43-59.

Lima, F. G. S. N., Albuquerque, M. P. C., Pavie, J. J. E., Campos, L. A. N. Filho. (2008). A relação entre a localização e a motivação estratégica para internacionalização de uma empresa do setor de cosméticos. *Contextus - Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 6(1), 19-28.

Matos, B., Reina, D., Ensslin, S. R., & Reina, D. R. M. (2011). Evidenciação voluntária do capital intelectual de natureza social e ambiental da empresa Natura S.A. no período entre 2003 e 2008. *Contextus- Revista Contemporânea de Economia e Gestão*, 9(1), 67-77. Doi: 10.19094/contextus.v9i1.32133.

Natura. (2019). Relatório Anual de Administração 2001. Disponível em: <http://www.natura.com.br/www/a-natura/sustentabilidade/>. Acesso em: 30 mai. 2019.

- Ong, T., & Djajadikerta, H. G. (2018). Corporate governance and sustainability reporting in the Australian resources industry: an empirical analysis. *Social Responsibility Journal*, 16(1), 1-14. Doi 10.1108/SRJ-06-2018-0135.
- Ong, T., Trireksani, T., & Djajadikerta, H. G. (2016). Hard and soft sustainability disclosures: Australia's resources industry. *Accounting Research Journal*, 29(2), 198-217. <https://doi.org/10.1108/ARJ-03-2015-0030>.
- Ramya, S., Shereen, A., & Baral, R. (2020), "Corporate environmental communication: a closer look at the initiatives from leading manufacturing and IT organizations in India", *Social Responsibility Journal*, 16(6), 843-859. <https://doi.org/10.1108/SRJ-11-2019-0376>.
- Richardson, A. J., & Welker, M. (2001). Social disclosure, financial disclosure and the cost of equity capital. *Accounting, Organizations and Society*, 26(7-8), 597-616. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(01\)00025-3](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(01)00025-3).
- Verrecchia, R. E. (2001). Essays on disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 32, 97-180. [https://doi.org/10.1016/S0165-4101\(01\)00025-8](https://doi.org/10.1016/S0165-4101(01)00025-8).
- Vilha, A. M., & Carvalho, R. Q. (2005). Desenvolvimento de novas competências e práticas de gestão da inovação voltadas para o desenvolvimento sustentável: estudo exploratório da Natura. *Cadernos EBAPE*, 3(7), 1-15. <http://dx.doi.org/10.1590/S1679-39512005000500014>.
- Vogt, M., Hein, N., Rosa, F. S., & Degenhart, L. (2017). Relationship between determinant factors of disclosure of information on environmental impacts of Brazilian companies. *Estudios Gerenciales*, 33, 24-38. <http://dx.doi.org/10.1016/j.estger.2016.10.007>.