

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL: A PERCEPÇÃO DAS ONGS AMBIENTALISTAS

Laura Calixto

Doutoranda em Administração – EAESP-FGV
lauracalixto@uol.com.br

Submetido em: 08/08/2008

Aprovado em: 20/06/2010

RESUMO

O objetivo deste artigo é investigar a percepção das ONGs quanto à responsabilidade socioambiental que as empresas têm assumido, divulgando para os seus *stakeholders* relatórios sobre os investimentos efetuados nessa área. Quanto aos procedimentos metodológicos, trata-se de um estudo descritivo e as técnicas utilizadas foram as pesquisas bibliográfica, de campo, e *survey*. O trabalho poderá contribuir para fortalecer o debate sobre os impactos das atividades empresariais, bem como a percepção que as ONGs têm a respeito dos investimentos socioambientais efetuados por aquelas. Os resultados deste estudo demonstram a relevância do tema para um grupo de *stakeholders* cada vez mais interessado nas decisões que são tomadas pelas empresas no que se refere aos seus investimentos socioambientais.

PALAVRAS CHAVE: *Stakeholders*, ONGs ambientalistas, Relatórios socioambientais.

ABSTRACT

The main objective of this work is to investigate the perceptions of NGOs in relation to the socio-environmental responsibility taken by companies and the disclosure, for their stakeholders, of reports on the investments carried out in this area. The Methodological procedures used in this descriptive study were bibliographic research, field research, and a survey. The work will help strengthen the debate on the impacts of the enterprise activities, as well as the perceptions of the NGOs on the socio-environmental investments made. The results of this study demonstrate the relevance of the subject for a group of stakeholders that is increasingly interested in the decisions taken by the companies in relation to their social and environment investments.

KEY WORDS: Stakeholders, environmentalists NGOs, Socio-environmental reports.

RESUMEN

El objetivo de este artículo es investigar la percepción de las ONGs en relación a la responsabilidad socioambiental que las empresas han asumido, divulgando para sus *stakeholders* informes sobre las inversiones efectuadas en esa área. Con referencia a los procedimientos metodológicos, se trata de un estudio descriptivo y las técnicas utilizadas fueron las investigaciones bibliográfica, de campo y *survey*. El trabajo podrá contribuir para fortalecer el debate sobre los impactos de las actividades empresariales, así

como con la percepción que las ONGs tienen con respecto a las inversiones socioambientales efectuadas por aquéllas. Los resultados de este estudio demuestran la relevancia del tema para un grupo de *stakeholders* cada vez más interesado en las decisiones tomadas por las empresas en lo que se refiere a sus inversiones socioambientales.

PALABRAS CLAVE: *Stakeholders*, ONGs ambientalistas, Informes socioambientales.

INTRODUÇÃO

Tendo em vista as diversas variáveis que em conjunto têm afetado o comportamento do mercado econômico como a globalização, a evolução tecnológica, a disponibilidade e o maior acesso à informação; a sociedade civil passa por transformações que contribuem para mudanças no comportamento das empresas de diversos segmentos. Entretanto, elas têm buscado posicionar suas marcas, produtos e imagem perante diferentes públicos, com grandes investimentos em publicidade dos seus projetos sociais e ambientais, além da disponibilização de relatórios, nos quais são demonstrados e declarados os seus investimentos e comprometimento com a questão.

Percebe-se que dessa forma o meio empresarial, entre outros objetivos, busca dar respostas aos seus *stakeholders*, principalmente as empresas multinacionais que mantêm empreendimentos em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento.

Nas últimas décadas a sociedade civil tem se organizado por meio de Organizações Não Governamentais – ONGs que se destacam em relação às pressões que exercem sobre as companhias, contribuindo para que estas mudem de postura diante de questões de interesse público, quanto aos impactos sociais e ambientais das suas atividades. As empresas têm respondido a essas pressões, por meio de uma comunicação mais intensa dos seus investimentos socioambientais.

Posto isso, o problema que se formula nesta pesquisa é a necessidade de verificação de como as ONGs ambientalistas avaliam os investimentos socioambientais divulgados pelas empresas nos seus relatórios anuais e relatórios contábeis.

O objetivo deste artigo é investigar a percepção das ONGs ambientalistas quanto à responsabilidade socioambiental que as empresas têm assumido, disponibilizando para os seus *stakeholders* internos e externos, relatórios específicos. Quanto aos procedimentos metodológicos, trata-se de um estudo descritivo e as técnicas utilizadas são as pesquisas: bibliográfica, de campo e *survey*.

O trabalho justifica-se por contribuir para fortalecer o debate sobre os impactos gerados pelas atividades empresariais, assim como a percepção que as ONGs têm sobre as suas ações. O estudo limita-se à aplicação de um questionário junto a uma amostra significativa de ONGs ambientalistas estabelecidas no Brasil, com foco no aspecto socioambiental.

A pesquisa está dividida em seções e além desta introdução, a próxima apresenta o referencial teórico sobre o tema, com ênfase na teoria dos *stakeholders*, estabelecendo uma discussão contemporânea sobre as organizações e suas relações com seus públicos, tanto interno quanto externo. A seguir é feita uma revisão sobre a evolução histórica do desenvolvimento, estruturação das ONGs ambientalistas no Brasil, estudos anteriores relacionados com a organização da sociedade civil e sobre o tema deste artigo. A seção seguinte apresenta os procedimentos metodológicos, seleção e perfil da amostra. Na sequência, são apresentados os resultados e análises do estudo, seguidos das considerações finais e recomendações para futuros trabalhos.

REFERENCIAL TEÓRICO

O desenvolvimento da literatura acadêmica sobre a responsabilidade socioambiental das empresas apresenta diferentes perspectivas de várias teorias relacionadas, utilizadas para avaliar o maior poder explicativo de uma teoria em relação à outra; bem como, para examinar o potencial de uma ou mais teorias em conjunto, no entendimento das relações das empresas com as partes interessadas em suas atividades. Optou-se por enfatizar a teoria dos *stakeholders* nesta pesquisa, por

apresentar argumentos consistentes quanto à classificação e identificação das atividades das ONGs ambientalistas relacionadas com as decisões econômicas e financeiras tomadas pelas empresas.

Teoria dos stakeholders

A definição de *stakeholder* mais difundida na literatura é atribuída a Freeman (1984, p. 174): "inclui qualquer grupo ou indivíduo que possa afetar ou ser afetado pelos objetivos organizacionais". A amplitude do conceito suscitou outras proposições que, segundo Starik (1994), podem ser consideradas em função da extensão, do tipo de benefício, da importância e principalmente, da percepção do que são as organizações e quais são os seus objetivos.

Na dimensão mais ampla do conceito de *stakeholder* estão as contribuições que buscam estabelecer as relações a partir dos seus efeitos. O conceito de Freeman (1984) abre espaço para virtualmente qualquer um que possa afetar ou ser afetado pela organização, proporcionando uma possibilidade infinita de *stakeholders*, pois até mesmo fatores climáticos exercem esse papel (MITCHELL, AGLE e WOOD, 1997).

Com base em Freeman (1984), Starik (1994) propõe que o conceito seja estabelecido a partir do corte feito pelo pesquisador, pois o que afeta ou é afetado pela organização pode incluir a atmosfera, seres inanimados (pedras, computadores) e toda sorte de indivíduos e seres em geral. Nessa dimensão, o conceito não é passível de operacionalização e é incapaz de fornecer os subsídios necessários para que os administradores reconheçam e atuem no sentido de avaliar os interesses desses agentes.

Clarkson (1995) define *stakeholder* a partir do risco envolvido e, dessa forma, *stakeholder* voluntário é aquele que incorre em algum risco por ter investido capital humano ou financeiro, isto é, algum tipo de valor na firma. Os *stakeholders* involuntários são aqueles que estão sujeitos a riscos resultantes das ações das firmas. Nesta conceituação, as relações entre as organizações e os seus *stakeholders* envolvem um sentido de perda ou risco associado.

Adicionalmente, outra possibilidade de definir *stakeholder* considera o grau de importância relativa que tem, ou seja, quão importante é o *stakeholder* A em relação a B (STARIK, 1994). Para relativizar, alguns critérios são estabelecidos; Freeman (1984) usa o critério de cooperação e competitividade. Mitchell, Agle e Wood (1997) propõem definir o princípio de quem e o que realmente conta na identificação de *stakeholder* a partir de três atributos: (1) poder para influenciar a organização; (2) a legitimidade dessas relações; e (3) o impacto de suas exigências sobre a organização. Althkinson e Waterhouse (1997) defendem que os *stakeholders* sejam classificados em primários e secundários. Os primários seriam aqueles sem os quais a organização não sobreviveria (acionistas, empregados, fornecedores e consumidores). Os *stakeholders* secundários têm algum grau de importância, sem, entretanto, comprometer a existência da organização (comunidade, governo e outras organizações).

Donaldson e Preston (1995) examinaram as bases conceituais que caracterizam a teoria dos *stakeholders* e enfatizaram algumas das mais importantes distinções, além de problemas e implicações associados ao conceito. Considerando o destaque que tem sido dado na literatura desde a publicação da obra de Freeman (1984), Donaldson e Preston (1995) verificaram que, apesar do grande volume de produção de livros e artigos sobre o tema disponibilizado desde então, faltava foco crítico; visões diferentes, diversidade de evidências e argumentos contraditórios, além das raras discussões quanto à fundamentação e críticas ao conceito de *stakeholder*. Com base nessas dificuldades, o propósito dos autores foi abordar as distinções, problemas e implicações associados com a teoria dos *stakeholders* e do mesmo modo, esclarecer e justificar seu conteúdo e significância. A tese defendida pelos autores é que a teoria dos *stakeholders* é descritiva, instrumental e normativa.

As críticas negativas à teoria dos *stakeholders* são diversas e grande parte delas se refere à falta de um objetivo fundamental, único e claro como o seu principal problema. Jensen (2001) afirma que a teoria dos *stakeholders* atende aos interesses pessoais dos executivos, deixando-os livres para tomar decisões com base em seu próprio julgamento, já que não podem ser avaliados com base em critérios objetivos. De acordo com o autor, sem a clareza de uma missão fornecida por um único objetivo corporativo, "companhias que adotam a teoria dos *stakeholders* acabarão passando por confusão gerencial, conflito, ineficiência e, talvez, fracasso corporativo" (JENSEN, 2001, p. 9).

A responsabilidade múltipla atribuída à empresa segundo a teoria dos *stakeholders* dificultaria a existência de objetivos claros e de maior importância, já que cada grupo estabeleceria suas prioridades e definiria seus próprios objetivos, acarretando diversos problemas estratégicos para a organização. Adicionalmente, os administradores não teriam padrões ou parâmetros claros e bem definidos de avaliação de desempenho, proporcionando a eles a tomada de decisões com base exclusivamente em seu juízo gerencial ou poder discricionário (STERNBERG, 1999).

Os argumentos favoráveis à teoria dos *stakeholders* dizem respeito ao estímulo a uma postura administrativa mais estratégica que esta teoria propicia, favorecendo a geração de inúmeros benefícios para as empresas. Nesse sentido, para Freeman e McVea (2000) a administração estratégica sob a ótica da teoria dos *stakeholders* sugere que os administradores devem formular e implementar processos que satisfaçam a todos os grupos que possuem um interesse em jogo na empresa. Torna-se necessária uma abordagem administrativa que enfatize o gerenciamento ativo no ambiente dos negócios, dos relacionamentos entre os participantes e a promoção dos diferentes interesses, visando sucesso e sustentabilidade em longo prazo.

Donaldson e Preston (1995) enfatizaram a importância de uma justificativa normativa e moral da teoria dos *stakeholders*, já que sem um corpo de valores coerentes e consistentes entre os administradores; a probabilidade de comportamentos oportunistas e prejudiciais aos demais envolvidos e à própria empresa seria muito alta, dada a posição daqueles, privilegiada dentro da organização.

Almeida, Fontes Filho e Martins (2000) apresentaram importantes contribuições para a compreensão da amplitude de interesses envolvidos no debate quanto às fragilidades e grau de importância da teoria dos *stakeholders*, ao destacarem a empresa num universo que abrange organizações de diversos tipos: públicas, privadas e não-governamentais; por englobar inúmeros modelos de organizações para os quais o modelo *shareholder* não se aplica, mas a teoria dos *stakeholders* pode ser de grande utilidade: "Mesmo na empresa privada, o pluralismo de interesses considerados a partir da miríade de acionistas que influenciam na gestão, pode trazer dúvidas à maximização dos lucros como objetivo apriorístico, se, contudo, considerar seu espaço" (ALMEIDA, FONTES FILHO e MARTINS, 2000, p. 3).

Na literatura acadêmica sobre o tema da pesquisa, as ONGs são classificadas como *stakeholders* externos ou secundários, abordagens que se referem aos grupos de interessados nas atividades das empresas que são afetados ou afetam direta ou indiretamente suas atividades; mas as empresas não dependem desses para sua sobrevivência, embora as ações das ONGs possam afetar a imagem e reputação de determinada organização em alguma situação específica de conflito de interesses.

Responsabilidade socioambiental: aspectos históricos e conceituais

A responsabilidade social corporativa começou a ser discutida na literatura acadêmica no início da década de 1970, quando surgiram os primeiros trabalhos de eminentes autores que são referências sobre o tema, que abrangem uma série de definições e subáreas que são estudadas em conjunto; por estabelecer e sistematizar as relações que as empresas têm com seus *stakeholders*.

Os investimentos sociais ou ambientais que as empresas estabelecem com o objetivo de promover o bem-estar dos seus funcionários; da comunidade que vive no entorno dos seus empreendimentos ou outros públicos; de forma voluntária ou fruto de exigências legais são questões que abrangem suas responsabilidades socioambientais. Atribui-se a essa questão as responsabilidades das empresas que vão além do cumprimento da legislação, possibilitando dessa forma um diálogo mais amplo com os seus *stakeholders*.

Carroll e Buchholtz (2003) enfatizaram os desenvolvimentos teóricos e conceituais quanto à classificação dos *stakeholders* e o poder de influenciar ou serem influenciados pelas organizações. Nesta direção, os autores propuseram um modelo de gerenciamento dos *stakeholders* de acordo com a estratégia de cada empresa.

No que diz respeito ao desenvolvimento do tema no Brasil, de acordo com Ashley (2005) a participação de empresas brasileiras é ativa, tendo apresentado grande crescimento nas últimas décadas, na busca de uma nova legitimidade perante a sociedade e o mercado. A obra apresenta

tópicos da responsabilidade social sobre diversas perspectivas, como por exemplo, a aplicação de modelos no setor financeiro, varejista e automotivo. Entretanto, enfatiza também a falta de fundamentação teórica para avaliação e gestão de indicadores que são utilizados para medir o desempenho socioambiental das companhias.

A pesquisa conduzida por Almeida (2003) teve como objetivo mapear a importância dos *stakeholders* para um grupo de profissionais do mercado; além de determinar se há um único *stakeholder* com supremacia para o atendimento das demandas das organizações. De acordo com o autor, os resultados da pesquisa indicaram uma hierarquia, similar aos agrupamentos com poder de influência interna, externa ou grupos que não são *stakeholders*, como as instituições que implementam atividades culturais junto às comunidades locais.

ONGs Ambientalistas e a responsabilidade social corporativa das empresas

Nesta seção são citados alguns dos importantes eventos históricos que marcaram a evolução e organização das ONGs, além dos resultados de estudos anteriores que enfatizaram as ONGs ambientalistas como um grupo de *stakeholders* influenciadores das decisões empresariais na implementação das suas políticas de responsabilidade socioambiental.

O termo ONG surgiu na década de 1980, importado da Cooperação Internacional Não Governamental, refere-se às organizações que recebiam ajuda financeira na realização de projetos de interesse público. Na década de 1990, as ONGs ambientalistas começaram a se organizar e realizar eventos paralelos aos encontros oficiais da Organização das Nações Unidas (ONU). A Agenda 21, obra oriunda do evento promovido pela ONU no Rio de Janeiro em 1992, estabelece no seu capítulo 27, o fortalecimento do papel das ONGs, como parceiras para um desenvolvimento sustentável e também fundamental na modelagem e implementação da democracia participativa. O poder de influência das ONGs cresceu na medida em que foram se profissionalizando e ocupando mais espaço na mídia.

Muitas ONGs se organizaram para defender direitos de comunidades contra o poder de grandes corporações, quanto aos direitos trabalhistas de mulheres e contra o trabalho infantil; outras impulsionaram iniciativas globais para que as grandes corporações tivessem um código de conduta sobre as relações trabalhistas mantidas em países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento (ELKINGTON, 2001; LINDENBERG e DOBEL, 1999; SCHEPERS, 2006; WINSTON, 2002).

Considerando o processo de formação de estratégias socioambientais corporativas quanto às demandas de mercado de regulação e comunicação, Andrade (2001) realizou um estudo de caso numa das maiores companhias brasileiras, a Aracruz Celulose S.A, com o objetivo de analisar as interações entre a empresa e seus *stakeholders*. O autor utilizou a abordagem teórica dos jogos "coopetitivos", como contribuição para a compreensão do processo de formação de estratégias socioambientais corporativas. A análise permitiu ao autor a identificação e classificação dos múltiplos jogos empresa-*stakeholders* que são utilizados no processo de formação das estratégias da empresa: "A Aracruz identifica os elementos mais importantes dos jogos socioambientais, nos quais está envolvida, e formula estratégias para influenciá-los através do planejamento de um sistema de representação e defesa dos seus interesses" (ANDRADE, 2001, p. 11).

A pesquisa conduzida por Schepers (2006) enfatizou as ONGs, como representantes da sociedade civil quando criticam políticas empresariais ou governamentais e a forma de implementação destas. De acordo com o autor, a disponibilização de relatórios sociais e ambientais efetuada nas últimas décadas por multinacionais, são respostas que elas dão às pressões exercidas por ONGs, que expõem para o grande público situações que comprometem a imagem das empresas, principalmente no que diz respeito a decisões incorretas sobre a questão socioambiental, por afetar comunidades locais, regionais ou internacionais. O autor destacou a campanha efetuada contra o *Citibank*, por ter financiado empresas potencialmente poluidoras, ou seja, gerou um impacto indireto negativo, este não foi contabilizado e a instituição não foi responsabilizada legalmente. Outro exemplo citado foi o caso da *Nike*, que envolveu a contratação de mão de obra infantil por um dos seus fornecedores. Dessa forma, o autor demonstrou a fragilidade da imagem e reputação de empresas, quando grupos de ONGs divulgam na mídia práticas e condutas de cunho negativo.

Com o objetivo de identificar os fatores que influenciam o crescimento das ONGs no Brasil, Ferreira (2005) aplicou um questionário junto a uma amostra de formadores de opinião no município do Rio de Janeiro, para verificar a percepção deles quanto à representação social das ONGs. De acordo com o autor, os resultados indicaram que a sociedade tem legitimado o trabalho desenvolvido pelas ONGs, que têm participação relevante na resolução de problemas sociais e ambientais.

De acordo com Tilt (1994) diversos autores afirmam que há uma pressão para que as companhias divulguem suas ações sociais. Com base nessa premissa, a autora realizou um estudo com o objetivo de identificar o potencial de influência da sociedade sobre as empresas. Os resultados da pesquisa de opinião junto a ONGs australianas revelaram que, além da pouca credibilidade, os relatórios sociais das companhias são insuficientes para avaliação do seu desempenho. A responsabilidade social deve ser mais extensa e as expectativas da sociedade vão além da divulgação das ações sociais próprias das companhias, que deve ocorrer também em suas subsidiárias, com uma legislação padronizada e sistematizada para que a adesão à causa seja mais ampla (TILT, 1994).

A divulgação de informações socioambientais efetuada por empresas através dos seus relatórios anuais representa um dos meios mais utilizados na comunicação entre a empresa e seus *stakeholders* e também favorece a disponibilização dos efeitos das suas decisões econômicas. Nesta direção, considerando que os *stakeholders* têm participado ativamente do movimento de responsabilidade social corporativa; por meio de entrevistas semiestruturadas junto a grupos de diferentes *stakeholders* (gerentes, representantes de empresas de auditoria globais, consultores e ONGs); Owen, Swift e Hunt (2001) verificaram que os *stakeholders* reconhecem as resistências das companhias na promoção da transparência das informações socioambientais que disponibilizam, ao considerar que estas devem ser divulgadas voluntariamente. O principal argumento dos representantes das organizações é que a obrigatoriedade legal limitará a liberdade de detalhamento das informações, que serão vinculadas às normas burocráticas do poder público. Entretanto, esta não é a opinião dos demais *stakeholders* participantes da pesquisa, que se demonstraram favoráveis à divulgação obrigatória dessas informações.

Guay, Doh e Sinclair (2004) examinaram como as ONGs pressionam as empresas para que estas efetuem investimentos sociais, além dos impactos desses esforços na governança corporativa. Através da análise da evolução de temas, tais como *shareholder activism*, crescimento dos fundos socialmente responsáveis na Europa e nos Estados Unidos, responsabilidade social, governança corporativa, evolução e organização das ONGs; os autores concluíram que elas representam o principal grupo de *stakeholders* que pressionam as empresas para que sejam socialmente responsáveis.

No âmbito das ONGs ambientalistas estabelecidas na Austrália, Danastas e Gadenne (2005) aplicaram um questionário junto a uma amostra de 59 organizações, com o objetivo de identificar a percepção deste grupo de *stakeholders* quanto à responsabilidade social corporativa. De acordo com os autores, os resultados da pesquisa indicaram que os investimentos socioambientais divulgados pelas companhias são insuficientes, principalmente por não haver maior detalhamento dos gastos com conservação e recuperação ambiental. A maioria dos participantes da pesquisa (91,5%) acredita que o governo deveria impor uma legislação que regulamentasse as políticas de divulgação de informações sociais e ambientais nos relatórios das organizações.

Barton (2005) realizou um estudo de caso sobre a resolução de conflitos entre uma empresa australiana do setor de mineração e a comunidade próxima de um dos seus empreendimentos no Peru. Por meio de entrevistas junto aos gerentes da empresa e três ONGs, representantes dos interesses da comunidade diretamente afetada pelos impactos ambientais do empreendimento; o autor verificou que a participação das ONGs, tanto no país de origem da organização, quanto no Peru foi positiva, tendo em vista que a mediação destas na defesa dos direitos da comunidade facilitou as negociações entre as partes.

Por um lado, no entendimento de Lund-Thomsen (2005), a responsabilidade social corporativa é promovida pelas companhias multinacionais como *lobby*, com foco em soluções para reduzir as pressões sociais e problemas ambientais por meio de ações voluntárias. Por outro lado, a prestação de contas corporativa está associada às ONGs internacionais, que se aliam às comunidades e se organizam para pressionar a regulamentação e o comportamento das empresas; através de iniciativas e propostas da *International Corporate Accountability Convention*, como forma de prevenção de má conduta empresarial e regulamentação sobre a poluição do meio ambiente. Para o autor, os dois

enfoques são limitados porque deve haver a participação do poder público neste contexto, que não tem se manifestado.

Por meio de entrevistas semiestruturadas junto a ONGs ambientalistas estabelecidas na Irlanda, O'Dwyer, Unerman e Bradley (2005) investigaram a percepção das ONGs quanto à divulgação de informações socioambientais efetuada por empresas daquele país. Os autores criticaram a lacuna que há entre as práticas sociais adotadas pelas empresas e o pouco envolvimento da contabilidade com a questão. A percepção dos líderes das ONGs participantes do estudo foi "O desejo de reformas administrativas e legais que incluam informações obrigatórias e promovam o desempenho socioambiental das empresas e a divulgação de relatórios socioambientais independentes sobre o desenvolvimento e evolução deste aspecto." (O'DWYER, UNERMAN e BRADLEY, 2005, p. 19-20).

É interessante observar que o desejo de tornar os relatórios socioambientais obrigatórios se opõe ao aumento da quantidade de informações sobre o tema, divulgada de forma voluntária em nível global, ou seja, destacam-se as iniciativas de autorregulação efetuadas pelo setor privado.

Através da análise de entrevistas semiestruturadas conduzidas junto a representantes da ONG ambientalista *World Wide Fund for Nature-WWF*, empresas do setor de mineração e o órgão responsável por sua regulamentação na Austrália; Deegan e Blomquist (2006) verificaram que as iniciativas da ONG influenciaram na revisão do código ambiental do setor de mineração australiano, como também o comportamento das empresas desse segmento sobre a forma de divulgação de informações socioambientais nos seus relatórios anuais.

Com o objetivo de investigar como a responsabilidade social corporativa é implementada nas empresas e os diferentes papéis da sociedade civil e das ONGs estabelecidas nos Estados Unidos e na Europa; Doh e Guay (2006) analisaram a teoria dos *stakeholders* sob o enfoque das diferenças no institucionalismo ambiental europeu e americano, e quais são as expectativas da sociedade quanto à responsabilidade social corporativa. De acordo com os autores, as diferenças nas políticas legais são importantes fatores que explicam como governos, ONGs e empresas determinam a implementação e avaliação da responsabilidade social corporativa nos países analisados.

Da Silva (2007) teve como objetivo analisar como as estratégias ambientais das empresas multinacionais são influenciadas pelas instituições locais. Para isto, o autor realizou um estudo de caso numa companhia do segmento de alumínio, sob a perspectiva institucional, além de discutir o papel das ONGs como atores que influenciam a estratégia ambiental da organização. Os resultados da investigação demonstraram que a estratégia adotada pela empresa é de cooperação com ONGs e com o Estado, sendo influenciada e exercendo influências sobre a legislação ambiental brasileira.

A pesquisa conduzida por Bremmers et al. (2007) teve como objetivo identificar os grupos de *stakeholders* que influenciam o sistema de gestão ambiental desenvolvido por empresas do setor de agronegócio. Com base na aplicação de um questionário junto a uma amostra de 492 companhias holandesas, os autores identificaram o poder público, clientes, comunidade e organizações ambientais, respectivamente, como os *stakeholders* que mais influenciam o gerenciamento de questões ambientais naquele país.

A revisão bibliográfica de estudos sobre o objeto desta pesquisa demonstra a necessidade de maior conhecimento sobre a opinião das ONGs quanto à questão socioambiental nas empresas, seus investimentos e a utilização de relatórios para divulgação, tendo em vista a constatação de que não há muitas publicações disponíveis sobre o tema.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Por determinar características de uma população predefinida em relação à questão socioambiental, esta investigação classifica-se como descritiva. Quanto aos procedimentos metodológicos, trata-se de uma pesquisa bibliográfica, de campo e *surveys* foram utilizadas na coleta de dados.

O escopo deste artigo são as ONGs ambientalistas que atuam na defesa de direitos da sociedade e têm como foco principal as empresas que exercem atividades potencialmente poluidoras. Foram selecionadas as organizações de acordo com o cadastro disponibilizado pelo Ministério do Meio Ambiente (2007), ou seja, o total de 475 organizações. Optou-se por essa fonte de informações

por conter dados mais completos sobre as ONGs ambientalistas. Então, foram contatados os representantes dessas instituições e convidados para participar da pesquisa através do envio de um questionário por email, por correio convencional ou respondido pessoalmente.

De acordo com Cooper e Schindler (2003) a combinação de diversas metodologias de *surveys* torna o uso do modo misto conveniente em muitos projetos. As questões foram elaboradas do tipo fechadas e para a avaliação foi utilizada uma escala *Likert* com cinco pontos, de 1, que indicou pouca importância a 5, que indicou muito importante.

Os tópicos do questionário foram adaptados de dois estudos anteriores, o primeiro, com foco na percepção das instituições financeiras estabelecidas no Reino Unido, administrado por Thompson e Cowton (2004) e o segundo teve como alvo as ONGs ambientalistas estabelecidas na Austrália, conduzido por Danastas e Gadenne (2005).

Um pré-teste foi efetuado junto a nove ONGs que não participaram da pesquisa, para determinar se o questionário estava atingindo o fenômeno desejado e para ter maior certeza de que os aspectos relevantes foram abordados. A participação dessa amostra foi fundamental para testar a aplicabilidade e entendimento do questionário, como também para estabelecer e estruturar melhor as questões com foco no objetivo geral da pesquisa.

Ressalte-se que o critério utilizado para seleção da amostra foi a conveniência, devido à acessibilidade de cadastros das entidades quanto a atividade fim, entretanto, não foi possível identificar o universo total de ONGs ambientalistas estabelecidas no Brasil, porque há vários cadastros disponíveis, mas estes agregam ONGs de um modo geral, não especificando suas atividades. Outras ponderações devem ser feitas, como a dificuldade de identificação das ONGs familiarizadas com as questões apresentadas, principalmente porque muitas ONGs ambientalistas têm objetivos que não se identificam com o perfil buscado neste trabalho, como exemplo a prestação de serviços de educação ambiental para crianças, jovens e adultos.

Foram enviados 338 questionários para instituições estabelecidas em estados de todo o país. O total de instituições que devolveu o questionário devidamente respondido foi de 158, sendo 110 respondidos por email, 14 por correio convencional e 34 respondidos pessoalmente. Os dados foram coletados e analisados no período de julho de 2007 a janeiro de 2008. A análise quantitativa foi efetuada com o apoio do programa *Statistical Package for the Social Sciences – SPSS*, versão 15.0 for Windows. A amostra de ONGs participantes do estudo tem o seguinte perfil:

Localização	Entrevistados	Nº de entrevistados
Bahia	Diretor/Gerente/Associado	17
Espírito Santo	Diretor/Gerente/Associado	9
Minas Gerais	Diretor/Gerente/Associado	19
Pernambuco	Diretor/Gerente/Associado	4
Rio de Janeiro	Diretor/Gerente/Associado	29
Rio Grande do Sul	Diretor/Gerente/Associado	16
Santa Catarina	Diretor/Gerente/Associado	15
São Paulo	Diretor/Gerente/Associado	36
Outros estados	Diretor/Gerente/Associado	13
Total		158

Fonte: Elaboração própria

Quadro 1- Perfil da amostra selecionada

Observa-se que a maior parte das ONGs ambientalistas que participaram do estudo concentram-se na região sudeste e representam mais de 50% do total. Os demais estados também contaram com a participação relevante de ONGs, presentes em maior número nos seguintes estados: Bahia, Rio Grande do Sul e Santa Catarina. A próxima seção apresenta os resultados da investigação.

ANÁLISES E RESULTADOS

Esta seção apresenta os resultados da aplicação do questionário na ordem em que ele foi elaborado, ou seja, em 4 categorias: opinião sobre a divulgação de informações socioambientais; frequência na utilização de informações socioambientais divulgadas pelas empresas; utilidade dos relatórios anuais e relatórios contábeis; e avaliação da evidenciação ambiental. A Tabela a seguir apresenta um levantamento da média geral de todas as categorias segregadas em blocos:

Tabela 1: Resumo geral das categorias examinadas

Categoria Analisada	Média	Desvio Padrão
Opinião sobre a divulgação de informações socioambientais	2,914	0,954
Frequência na utilização de informações socioambientais	3,106	1,352
Utilidade dos relatórios anuais e relatórios contábeis	3,174	1,415
Avaliação da evidenciação ambiental	3,826	1,531

Fonte: Elaboração própria

A opinião das ONGs ambientalistas sobre a comunicação das ações socioambientais das organizações permaneceu na categoria medianamente importante, o que demonstra uma preocupação moderada com o tema. Os resultados detalhados dessas categorias são apresentados a seguir.

Opinião sobre a divulgação de informações socioambientais

No que concerne à transparência das informações socioambientais disponibilizadas pelas empresas, ela será alcançada quando aquelas forem auditadas por companhia independente, item considerado muito importante por 65,19% dos participantes da pesquisa.

Outro aspecto interessante dessa categoria é a importância do relatório socioambiental, por conter informações detalhadas sobre os investimentos socioambientais das empresas, mas nem sempre são segregadas nos relatórios anuais e relatórios contábeis. Este item foi avaliado como importante para 35,44% e muito importante para 20,25% das ONGs ambientalistas, o que perfaz um total acumulado de 55,69%. Entretanto, apesar de a relevância dessas informações, é preciso atenção ao caráter voluntário da divulgação.

As ONGs opinaram sobre a divulgação de informações socioambientais divulgadas pelas empresas através dos seus relatórios contábeis e relatórios anuais, sendo perceptível seu aumento quantitativo, embora a qualidade do grande volume seja questionável.

Adicionalmente, as ONGs destacaram a falta de credibilidade, por não se tratar de informações padronizadas e auditadas por uma entidade independente. Esta observação é comum entre os *stakeholders* das companhias, a despeito do grande movimento que há entre as empresas e entidades ligadas a elas, como fundações e institutos, para que continuem a divulgar os resultados dos seus investimentos socioambientais de modo espontâneo.

Alguns autores encontraram resultados semelhantes, embora tenham utilizado abordagens metodológicas diferentes, como visto anteriormente (O'DWYER, UNERMAN e BRADLEY, 2005; OWEN, SWIFT e HUNT, 2001; TILT, 1994).

A média geral para essa categoria foi de 2,914 e representa uma avaliação medianamente importante para as ONGs, no que diz respeito à transparência das informações socioambientais divulgadas pelas empresas. A Tabela a seguir apresenta os resultados sobre a transparência de informações socioambientais divulgadas:

Tabela 2: Transparência das informações socioambientais

Opinião das ONGs Ambientalistas	1		2		3		4		5		Total	
	Freq	%	Freq	%	Freq	%	Freq	%	Freq	%	Freq	%
Ocorre de modo satisfatório em alguns setores específicos da economia e não em outros	22	13,95	28	17,7	44	27,85	46	29,11	18	11,39	158	100
Não ocorre em decorrência da falta de credibilidade das informações socioambientais divulgadas	29	18,354	21	13,29	32	20,25	37	23,42	39	24,684	158	100
As informações socioambientais deveriam ser auditadas por empresa independente	13	8,23	14	8,86	19	12,03	9	5,696	103	65,19	158	100
A avaliação das informações socioambientais divulgadas pelas empresas é feita pela sociedade e não há necessidade de contratação de serviços de auditoria para esse fim	87	55,1	37	23,4	19	12,03	5	3,165	10	6,329	158	100
É possível avaliar o desempenho econômico-financeiro das companhias por meio dos seus relatórios anuais e contábeis, sem considerar o seu relatório socioambiental	86	54,45	28	17,7	20	12,66	14	8,861	10	6,329	158	100
O relatório socioambiental contribuiu para a análise do desempenho econômico-financeiro das empresas, por fornecer dados que não são informados explicitamente em outros relatórios	40	25,33	5	3,16	25	15,82	56	35,44	32	20,25	158	100

Escala de 1 (pouco importante) a 5 (muito importante)

Fonte: Elaboração própria

Os resultados para esta categoria destacam a relevância do tema para as ONGs, que de modo geral, estão atentas aos investimentos em ações socioambientais que são disponibilizados nos relatórios das companhias, apesar de algumas fragilidades apontadas por aquelas, no que diz respeito à maior credibilidade dessas informações.

Frequência na utilização de informações socioambientais

As ONGs ambientalistas foram questionadas sobre a frequência quanto à utilização de informações sobre o meio ambiente disponibilizadas pelas empresas. Os resultados apresentados na Tabela 3 indicam que há diversas fontes de informações consideradas relevantes: dados sobre o setor em que se insere a companhia (25,95% consideram importante e 24,05% muito importante, num total acumulado de 50,00%) relatórios anuais publicados (26,58% avaliaram como muito importante e 23,42% como importante, perfazendo um total de 50,00%) e informações obtidas através de visitas às companhias (25,32% consideraram este item muito importante e 20,89% como importante, num total acumulado de 46,21%). A avaliação independente dos ativos da companhia foi o item considerado mais importante para as ONGs (27,21% consideram importante e 32,91% muito importante, num total acumulado de 60,12%).

Observa-se que as fontes de informações sobre as questões socioambientais são diversificadas e a distribuição da frequência em sua utilização foi muito equilibrada, o que resultou numa avaliação que variou de importante a medianamente importante para a maioria dos itens citados.

O resultado médio geral para esta categoria foi de 3, 106 o que representou uma avaliação medianamente importante, no cômputo global dos itens incluídos, como mostra a Tabela a seguir:

Tabela 3: Fontes de informações onde a questão ambiental é significativa

Opinião das ONGs Ambientalistas	1		2		3		4		5		Total	
	Freq	%	Freq	%	Freq	%	Freq	%	Freq	%	Freq	%
Relatórios anuais publicados pelas cias	28	17,75	22	13,9	29	18,35	37	23,42	42	26,58	158	100
Relatórios contábeis publicados pelas companhias	38	24,1	36	22,8	22	13,92	34	21,52	28	17,72	158	100
Informações obtidas através de visitas às companhias	13	8,23	25	15,8	47	29,75	33	20,89	40	25,32	158	100
Informações de entrevistas pessoais com representantes das companhias	23	14,6	31	19,62	22	13,92	35	22,15	47	29,74	158	100
Registros internos do banco de dados	33	20,9	30	19	51	32,28	13	8,228	31	19,62	158	100
Análise trimestral e semestral de relatórios financeiros	47	29,78	37	23,4	46	29,11	10	6,329	18	11,39	158	100
Dados sobre o setor	22	13,9	14	8,86	43	27,22	41	25,95	38	24,05	158	100
Avaliação independente dos ativos das companhias	18	11,392	20	12,7	25	15,82	52	32,91	43	27,215	158	100
Avaliação de uma agência especializada	43	27,22	39	24,68	41	25,95	17	10,76	18	11,392	158	100
Registro da companhia na bolsa de valores	36	22,8	42	26,6	38	24,05	28	17,72	14	8,861	158	100
Jornais sobre negócios e o mercado do setor	23	14,6	13	8,23	61	38,61	33	20,89	28	17,72	158	100

Escala de 1 (pouco importante) a 5 (muito importante)

Fonte: Elaboração própria

Além da diversificação das fontes de informações utilizadas pelas ONGs, verifica-se também que a importância atribuída a todas elas teve avaliação similar, o que sugere ponderações na avaliação de múltiplas informações para tomada de decisão sobre as ações socioambientais empreendidas pelas companhias.

Utilidade dos relatórios anuais e relatórios contábeis

Apesar de não haver legislação clara e objetiva que estabeleça a divulgação de informações quantitativas e qualitativas sobre os gastos socioambientais via relatórios contábeis, os participantes da pesquisa foram questionados sobre a utilidade de relatórios específicos que são disponibilizados pelas empresas.

O relatório socioambiental e o balanço social são divulgados de forma voluntária por um grande número de empresas brasileiras, disponibilizados em notas explicativas que acompanham os relatórios contábeis, relatórios anuais, ou separadamente.

Os relatórios anuais, apesar de serem disponibilizados espontaneamente pelas empresas, incluem dados mais detalhados sobre vários aspectos das suas atividades e pela relevância destes para os *stakeholders*, também foram incluídos na análise.

Os resultados apresentados na Tabela 4 demonstram que o relatório ambiental (46,84% avaliaram como muito importante e 32,91% como importante, perfazendo um total acumulado de 79,75%) seguido do balanço social (39,24% consideraram muito importante e 15,19% o avaliaram como importante, compreendendo 54,43% no acumulado) e do relatório da auditoria (34,18% avaliaram como muito importante e 23,42% o consideraram importante, totalizando 57,60%) foram os itens considerados mais relevantes para as ONGs ambientalistas, quando da avaliação das informações socioambientais disponibilizadas pelas empresas. A avaliação dos demais itens variou de pouco a medianamente importante.

A média geral para este bloco foi de 3,174 e verifica-se que a importância dada aos relatórios contábeis e aos relatórios anuais pelas ONGs ambientalistas pode ser classificada como medianamente importante. Apesar da pouca ênfase que tem sido dada à questão socioambiental nos relatórios tradicionais, é desejável que eles incorporem os gastos das empresas relacionados com a questão. A Tabela a seguir apresenta os resultados para esta categoria:

Tabela 4: Utilidade dos relatórios anuais e relatórios contábeis

Opinião das ONGs Ambientalistas	1		2		3		4		5		Total	
	Freq	%	Freq	%	Freq	%	Freq	%	Freq	%	Freq	%
Relatório da diretoria	38	24,1	22	13,9	44	27,85	36	22,78	18	11,39	158	100
Declaração do presidente	36	22,8	33	20,9	42	26,58	30	18,99	17	10,76	158	100
Notas explicativas	28	17,72	10	6,33	51	32,28	47	29,75	22	13,92	158	100
Informações segmentadas sobre a produção	37	23,4	23	14,6	54	34,18	29	18,35	15	9,494	158	100
Resumo operacional e financeiro	33	20,9	27	17,1	49	31,01	35	22,15	14	8,861	158	100
Informações estatísticas	28	17,75	28	17,7	62	39,24	22	13,92	18	11,39	158	100
Relatório das políticas contábeis	33	20,9	14	8,86	42	26,58	42	26,58	27	17,09	158	100
Relatório da auditoria	23	14,6	5	3,16	39	24,68	37	23,42	54	34,18	158	100
Balanço patrimonial	29	18,4	17	10,8	57	36,08	39	24,68	16	10,13	158	100
Demonstração dos lucros e perdas	24	15,2	26	16,5	35	22,15	42	26,58	31	19,62	158	100
Relatório ambiental	19	12,03	4	2,53	9	5,696	52	32,91	74	46,84	158	100
Balanço Social	18	11,4	15	9,49	39	24,68	24	15,19	62	39,24	158	100
Demonstração do fluxo de caixa	15	9,5	29	18,3	58	36,71	31	19,62	25	15,82	158	100

Escala de 1 (pouco importante) a 5 (muito importante)

Fonte: Elaboração própria

A utilidade dos relatórios anuais e relatórios contábeis são percebidos como medianamente importante, assim como outras informações específicas que são disponibilizadas como itens que fazem parte desses relatórios. Da mesma forma que nas demais categorias, os resultados sugerem que a avaliação dessas informações é sempre feita em conjunto, não havendo supremacia de um item sobre o outro entre as informações disponibilizadas.

Opinião sobre a evidenciação ambiental em particular

A verificação de itens em particular que poderiam atrair a atenção das ONGs ambientalistas para a evidenciação de informações socioambientais nos relatórios anuais e relatórios contábeis das empresas; indicou que a declaração de gerenciamento e posicionamento em relação ao meio ambiente teve maior destaque (55,70% muito importante e 29,75% importante, num total acumulado de 85,45%).

Os demais itens dessa categoria foram avaliados como muito importantes pela maioria das ONGs, com uma distribuição equilibrada entre os que opinaram. Este resultado demonstra a relevância do tema para um grupo de *stakeholders* cada vez mais interessado nas decisões que são tomadas pelas empresas no que diz respeito aos seus investimentos socioambientais.

O resultado médio calculado para esse bloco foi de 3,826 e atribuiu-se grande destaque às informações relacionadas com a temática socioambiental. As ONGs manifestaram-se favoráveis à segregação dessas informações nos relatórios divulgados pelas companhias, dados que foram avaliados entre importantes e muito importantes pela maioria dos participantes. A Tabela a seguir apresenta os resultados para esta categoria:

Tabela 5: Atração por evidenciação ambiental em particular

Opinião das ONGs Ambientalistas	1		2		3		4		5		Total	
	Freq	%	Freq	%								
Provisão de custos com recuperação/reabilitação do meio ambiente	24	15,19	12	7,59	44	27,85	37	23,42	41	25,95	158	100
Detalhes de infrações e penalidades ambientais	19	12,03	4	2,53	20	12,66	53	33,54	62	39,24	158	100
Dados sobre contingências ambientais	12	7,59	16	10,13	29	18,35	45	28,48	56	35,44	158	100
Declaração de segurança e gerenciamento da companhia de acordo com padrões externos	23	14,56	4	2,53	34	21,52	33	20,89	64	40,51	158	100
Gerenciamento de gastos com impactos ambientais previstos nos resultados futuros	9	5,70	22	13,92	14	8,86	58	36,71	55	34,81	158	100
Prospecção de gastos ambientais	18	11,39	13	8,23	22	13,92	74	46,84	31	19,62	158	100
Sumário do resultado da auditoria ambiental	4	2,53	14	8,86	46	29,11	31	19,62	63	39,87	158	100
Declaração da intenção de considerar a auditoria ambiental	16	10,13	19	12,03	28	17,72	39	24,68	56	35,44	158	100
Avaliação de impactos ambientais	19	12,03	5	3,16	9	5,70	56	35,44	69	43,67	158	100
Declaração de gerenciamento e posicionamento da empresa em relação ao meio ambiente	14	8,86	7	4,43	2	1,27	47	29,75	88	55,70	158	100
Desenvolvimentos da legislação ambiental	5	3,16	24	15,19	25	15,82	38	24,05	66	41,77	158	100
Relatório ambiental	7	4,43	12	7,59	23	14,56	45	28,48	71	44,94	158	100
Informações quantitativas sobre desempenho ambiental	21	13,29	26	16,46	18	11,39	39	24,68	54	34,18	158	100
Gerenciamento do meio ambiente	4	2,53	11	6,96	29	18,35	41	25,95	73	46,20	158	100
Informações históricas sobre gastos ambientais	13	8,23	17	10,76	33	20,89	38	24,05	57	36,08	158	100

Escala de 1 (pouco importante) a 5 (muito importante)

Fonte: Elaboração própria

A análise da Tabela 5 demonstra a relevância das informações detalhadas sobre as ações socioambientais empreendidas pelas organizações e dada a avaliação como muito importante para a maior parte dos itens. Este resultado sugere que na avaliação dessa categoria, assim como nas categorias anteriores, todas as fontes de informações sobre o tema são úteis para a avaliação do posicionamento das organizações diante dos temas emergentes destacados ao longo da investigação.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo o objetivo foi investigar a percepção das ONGs ambientalistas quanto à responsabilidade socioambiental que as empresas têm assumido, disponibilizando para os seus *stakeholders* relatórios sobre os seus investimentos nesta área. A pesquisa contou com a participação de 158 ONGs ambientalistas estabelecidas em vários estados brasileiros.

Os resultados da investigação revelaram que é desejável a auditoria independente dos relatórios socioambientais disponibilizados pelas companhias, tendo em vista a avaliação deste item como muito importante para grande parte das ONGs participantes do estudo. Isso demonstra também a necessidade de maior transparência dos relatórios socioambientais, disponibilizados voluntariamente por um número cada vez maior de companhias brasileiras.

Constatou-se que as fontes de informações socioambientais para as ONGs são muito diversificadas e os relatórios anuais e relatórios contábeis fazem parte dos materiais que são buscados por estes *stakeholders*, como demonstraram os resultados da pesquisa.

Os relatórios anuais, apesar de serem disponibilizados espontaneamente pelas empresas, incluem dados mais detalhados sobre vários aspectos considerados relevantes para os *stakeholders*. Entretanto, o relatório ambiental, seguido do balanço social e do relatório da auditoria foram os itens considerados mais importantes na percepção das ONGs, quanto à avaliação das informações socioambientais.

A verificação de itens em particular, que poderiam atrair a atenção das ONGs ambientalistas para a evidenciação de informações socioambientais nos relatórios anuais e relatórios contábeis das empresas; indicou que a declaração de gerenciamento e posicionamento da empresa em relação ao meio ambiente foi o item considerado muito importante pela maioria dos participantes da pesquisa.

Os resultados deste estudo demonstram a relevância do tema para um grupo de *stakeholders* cada vez mais interessado nas decisões que são tomadas pelas empresas no que diz respeito aos seus investimentos socioambientais.

Recomenda-se para pesquisas futuras a repetição do método para outros temas emergentes, como a pesquisa de opinião junto aos administradores sobre o grau de percepção deles a respeito da relevância de informações socioambientais, que têm sido cada vez mais evidenciadas por empresas brasileiras.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, R.J. *Supremacia na fruição dos benefícios da empresa: os stakeholders e a teoria de finanças*. 2003, 188p. Tese (Doutorado em Administração). Universidade de São Paulo, FEA-USP, São Paulo.
- ALMEIDA, G.S.; FONTES FILHO, J.R; MARTINS, H. Identificando stakeholders para formulação de estratégias organizacionais. In: ENANPAD, XXIV, *Anais*, 2000, Florianópolis, Anpad, 20 a 24 de set. 2000, p. 01-16.
- ALTHKINSON, A. WATERHOUSE, J.A. Stakeholders approach to strategic performance measurement sloan. *Management Review*, v. 38, n. 3, p. 25-36, Spring, 1997.
- ANDRADE, J.C.S. Formação de estratégias socioambientais corporativas: os jogos Aracruz Celulose – *Stakeholders*. In: ENANPAD, XV, *Anais*, 2001, Campinas: Anpad, 16 a 19 de set. 2001, p. 01-16.
- ASHLEY, P.A. (coord). *Ética e responsabilidade social nos negócios*. SP: Saraiva, 2002.

BARTON, B. D. *A Global-local approach to conflict resolution in the mining sector: The case of Tintaya dialogue table*. 2005. Disponível em: <www.fletcher.tufts.edu/research2005/barton.pdf>. Acesso em 16/03/2007>.

BREMMERS, H.; OMTA, O.; KEMP, R.; HAVERKAMP, D.J. Do Stakeholder Groups Influence Environmental Management System Development in the Dutch Agri-Food Sector? *Business Strategy and the Environment*, v. 16, p. 214-231, 2007.

CARROLL, A. B.; BUCHHOLTZ, A.K. *Business & Society: Ethics and Stakeholder Management*. 5 ed. Ohio: Thomson Learning, 2003.

CLARKSON, M.B.E. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, v. 20, n. 1, p. 92-117, 1995.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P.S. *Métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre: Bookman, 2003.

DA SILVA, L.O.F. *A relação entre estratégias ambientais de empresas multinacionais e pressões institucionais: o caso da Novelis*. 2007, 99f. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração). Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte-MG.

DANASTAS, L.; GADENE, D. *Social & Environmental NGOs Perceptions of Corporate Social Disclosure in Australia*. Disponível em: <www.afaanz.org/web2005/papers/danastas-ENV.pdf>. Acesso em 25/03/2008.

DEEGAN, C.; BLOMQUIST, C. Stakeholder influence on corporate report: An exploration of interaction between WWF-Australia and The Australian Minerals Industry. *Accounting, Organization and Society*. n. 31, p. 343-372, 2006.

DOH, J.P.; GUAY, T.R. Corporate social responsibility, public policy, and NGO activism in Europe and in the United States: An institutional-stakeholder perspective. *Journal of Management Studies*, v. 43, n. 1, p. 47-73, 2006.

DONALDSON, T.; PRESTON, L.E. The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence, and implications. *The Academy of Management Review*, v.20, n.1, p.65-91, 1995.

ELKINGTON, J. *Canibais com garfo e faca*. Trad. Patrícia Martins Ramalho. São Paulo: Makron Books Ltda, 2001.

FERREIRA, V.C.P. *ONGs no Brasil: Um estudo sobre suas características e fatores que têm induzido seu crescimento*. 2005, 271f. Tese (Doutorado em Administração Pública) Escola de Administração Pública e de Empresas. Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro.

FREEMAN, E.R. *Strategic management: a stakeholder approach*. London: Pitman Publishing, 1984.

_____; MCVEA, J.A. Stakeholder approach to strategic management. *Blackwell Publishing*, n. 16, p. 89-207, 2000.

GUAY, T.; DOH, J.P.; SINCLAIR, G. Non-governmental organizations, shareholder activism, and socially responsible investments: ethical, strategic, and governance implications. *Journal of Business Ethics*, v. 52, n. 1, p. 125, jun. 2004.

JENSEN, M. Value maximization, stakeholders theory, and the corporate objective function. *Journal of Applied Corporate Finance*. New York, v. 14, n. 3, p. 8-21, 2001.

LINDENBERG, M.; DOBEL, P. The challenges of globalization for northern international relief and development NGOs. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, v 28, p.4-24, 1999.

LUND-THOMSEN, P.; Corporate accountability in South Africa: The role of community mobilizing in environmental governance. *International Affairs*, v. 81, n. 3, p. 619-633, 2005.

MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. Disponível em: <www.mma.gov.br>. Acesso em 15/04/2007.

MITCHELL, R.; AGLE, B. WOOD, D. Toward a theory of stakeholders identification and salience: Defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management Review*, v. 2, p. 853-870, 1997.

O'DWYER, B.; UNERMAN, J.; BRADLEY, J. Perceptions on the emergence and future development of corporate social disclosure in Ireland: Engaging the voices of non-governmental organizations. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, v.18, n.1, p. 14-43, 2005.

OWEN, D.L.; SWIFT, T.; HUNT, K. Questioning The role of *stakeholder* engagement in social and ethical accounting, auditing and reporting. *Accounting Forum*, v.25, n. 3, p. 264-282, 2001.

SCHEPERS, D.H. The impact of NGO network conflict on the corporate social responsibility strategies of multinational corporations. *Business & Society*, v. 45, n. 3, p. 282-299. Set. 2006.

STARIK, M. The Toronto Conference: Reflections on stakeholder theory. *Business and Society*. April, p. 11-34, 1994.

STERNBERG, E. *The stakeholder concept: a mistaken doctrine foundation for business responsibilities*. Leeds, Issue paper, n. 4, p. 1-52, 1999.

TILT, C.A. NGOs: issues of accountability. School of Commerce, Flinders. University, Research Paper: 05-7, (2005) Disponível em: <<http://commerce.flinders.edu.au/researchpapers/05-7.pdf>>. Acesso em 25/04/2007.

THOMPSON, P.; COWTON, C. J. Bringing the environment into bank lending: implications for environmental reporting. *The British Accounting Review*, n. 36, p. 197-218, 2004.

WINSTON, M. NGO Strategies for promoting corporate social responsibility. *Ethics & International Affairs*, v. 16, n. 2, p. 181-188. Spring, 2002.