

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DO PIAUI – UESPI
PRÓ-REITORIA DE ENSINO DE GRADUAÇÃO - PREG
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – CCSA
COORDENAÇÃO DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

JOÃO WAGNER FERREIRA MACÊDO

**A DIVULGAÇÃO DOS RELATÓRIOS AMBIENTAIS NO PROCESSO DE
CONTINUIDADE EMPRESARIAL**

TERESINA-PI

2025

JOÃO WAGNER FERREIRA MACÊDO

**A DIVULGAÇÃO DOS RELATÓRIOS AMBIENTAIS NO PROCESSO DE
CONTINUIDADE EMPRESARIAL**

Monografia apresentada ao curso de ciências contábeis à Universidade Estadual do Piauí como trabalho final da disciplina de TCC e requisito para obtenção do bacharelado em ciências contábeis.

Orientador: Josimar Alcantara de Oliveira

TERESINA – PI

2025

M141d Macedo, João Wagner Ferreira.

A divulgação dos relatórios ambientais no processo de
continuidade empresarial / João Wagner Ferreira Macedo. - 2025.
39f.: il.

Monografia (graduação) - Universidade Estadual do Piauí -
UESPI, Bacharelado em Ciências Contábeis, campus Poeta Torquato
Neto, Teresina-PI, 2025.

"Orientador: Josimar Alcantara de Oliveira".

1. Relatórios Ambientais. 2. Sustentabilidade Empresarial. 3.
Continuidade Organizacional. I. Oliveira, Josimar Alcantara de .
II. Título.

CDD 657

JOÃO WAGNER FERREIRA MACÊDO

**A DIVULGAÇÃO DOS RELATÓRIOS AMBIENTAIS NO PROCESSO DE
CONTINUIDADE EMPRESARIAL**

Trabalho de conclusão de curso de bacharel do curso de ciências contábeis da
Universidade Estadual do Piauí – UESPI apresentado como requisito final para a
obtenção do grau de bacharelado

APROVADO EM ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

JOSIMAR ALCANTARA DE OLIVEIRA
(Orientador)

DOMINGOS SÁVIO JACINTO E SILVA
2º membro:

FABRÍCIO DE OLIVEIRA CARVALHO
3º membro:

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo examinar a influência da divulgação voluntária de relatórios ambientais na continuidade empresarial, com foco na preservação de recursos naturais e na sustentabilidade corporativa. A pesquisa adota uma abordagem descritiva, com métodos qualitativo e quantitativo, utilizando levantamento bibliográfico e análise comparativa de empresas do setor alimentício. O estudo evidencia que a transparência na divulgação de práticas ambientais fortalece a imagem institucional, atrai investimentos e aumenta a confiança dos stakeholders. Por meio da comparação entre as empresas Marfrig e Cargill Brasil, constatou-se que a Marfrig obteve melhores resultados financeiros e reputacionais devido à clareza e ao comprometimento com metas ambientais, enquanto a Cargill enfrentou prejuízos e perda de credibilidade por falhas na comunicação e no cumprimento de seus compromissos sustentáveis. Conclui-se que a adoção de práticas ambientais alinhadas a diretrizes como ESG e GRI, bem como a elaboração adequada de relatórios ambientais, contribui significativamente para a longevidade e competitividade das organizações no cenário atual.

Palavras-chave: Relatórios ambientais; Sustentabilidade empresarial; Continuidade organizacional; ESG; Transparência corporativa.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of voluntary distribution of environmental reports on business continuity, focusing on the preservation of natural resources and corporate sustainability. The research adopts a descriptive approach, with qualitative and quantitative methods, using a bibliographic survey and comparative analysis of companies in the food sector. The study shows that transparency in the disclosure of environmental practices strengthens the institutional image, attracts investments and increases the trust of stakeholders. By comparing the companies Marfrig and Cargill Brazil, it was found that Marfrig obtained better financial and reputational results due to clarity and commitment to environmental goals, while Cargill suffered losses and compensation losses due to failures in communication and compliance with its sustainable commitments. It is concluded that the adoption of environmental practices approved by the ESG and GRI guidelines, as well as the adequate preparation of environmental reports, contributes significantly to the longevity and competitiveness of organizations in the current scenario.

Keywords: Environmental reports; Corporate sustainability; Organizational continuity; ESG; Corporate transparency.

LISTA DE TABELAS

1.	Tabela 1: Análise das métricas sustentáveis	28
2.	Tabela 2: Resultados Financeiros - Marfring Global Foods	29
3.	Tabela 3: Resultados Financeiros - Cargil Brasil	30

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ESG – Environmental, Social and Governança

GRI – Global Reporting Initiative

IFRS – International Financial Reporting Standards

ISSB – International Sustainability Standards Board.

PWC – PricewaterhouseCoopers

RSC – Responsabilidade Social Corporativa

SASB – Conselho de Padrões Contábeis de Sustentabilidade

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	9
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	13
2.1	Contabilidade ambiental e sua evolução	15
2.1.1	Definição e conceito de contabilidade ambiental.....	15
2.1.2	A evolução da contabilidade tradicional para a contabilidade socioambiental.....	15
2.1.3	A importância da contabilidade ambiental para a transparência corporativa.....	16
2.2	Sustentabilidade empresarial e responsabilidade social.....	16
2.2.1	O conceito de sustentabilidade empresarial e o Triple Bottom Line.....	16
2.2.2	Responsabilidade Social Corporativa (RSC) como estratégia organizacional.....	16
2.2.3	Sustentabilidade como vantagem competitiva e fator de continuidade empresarial.....	16
2.3	Relatórios ambientais voluntários.....	17
2.3.1	Conceito e importância dos relatórios ambientais voluntários.....	17
2.3.2	Normas e Frameworks para elaboração dos relatórios ambientais (GRI, SASB, etc.).....	17
2.3.3	A percepção dos stakeholders sobre a divulgação voluntária.....	17
2.3.4	Benefícios da divulgação de relatórios ambientais para as empresas.....	17
2.4	Continuidade empresarial e sustentabilidade.....	18
2.4.1	O conceito de continuidade empresarial.....	18
2.4.2	Relação entre práticas ambientais e longevidade das organizações.....	19
2.4.3	O impacto financeiro e operacional da conservação de recursos naturais..	19
2.4.4	Gestão de riscos ambientais e sua relação com a continuidade organizacional.....	19
2.5	Desafios e boas práticas na divulgação de relatórios ambientais.....	19
2.5.1	Obstáculos na implementação e divulgação dos relatórios ambientais.....	19
2.5.2	Exemplos de boas práticas adotadas por empresas sustentáveis	20
2.5.3	A importância da governança corporativa para a transparência ambiental.	20
2.6	Considerações finais do referencial teórico.....	20

3	METODOLOGIA.....	21
3.1	Tipo de pesquisa.....	21
3.2	Delimitação geográfica e amostra da pesquisa.....	21
3.3	Procedimento de coleta de dados.....	21
3.4	Técnicas de análise de dados.....	22
3.5	Limitações da pesquisa.....	22
4	APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS.....	26
5	CONCLUSÃO.....	33
	REFERÊNCIAS.....	36

1. INTRODUÇÃO

A sustentabilidade empresarial tem se tornado um dos temas centrais no cenário global contemporâneo, impulsionada pelo crescimento das preocupações ambientais e sociais. A continuidade das empresas, definida pela capacidade de uma organização de se manter em operação no longo prazo, está cada vez mais vinculada à transparência e responsabilidade socioambiental, fatores que influenciam diretamente a percepção de investidores, clientes e demais stakeholders. Nesse contexto, a divulgação dos relatórios ambientais emerge como uma ferramenta essencial para evidenciar o comprometimento das empresas com práticas sustentáveis e éticas.

A contabilidade, enquanto ciência responsável por fornecer informações úteis para a tomada de decisão desempenha um papel fundamental ao estruturar e apresentar esses relatórios, garantindo a credibilidade e a comparabilidade das informações divulgadas. Iudícibus (2010) destaca que a contabilidade deve acompanhar as mudanças econômicas e sociais, fornecendo não apenas dados financeiros, mas também informações relacionadas ao impacto ambiental e social das operações empresariais. Nesse sentido, o conceito de Contabilidade Socioambiental, defendido por estudiosos como Ribeiro e Lisboa (2016), torna-se essencial para a análise da relação entre práticas sustentáveis e a perenidade dos negócios.

Além disso, segundo Hendriksen e Breda (1999), a contabilidade possui o compromisso de promover a transparência e a accountability, fatores que afetam diretamente a confiança do mercado. Empresas que negligenciam a divulgação de suas ações ambientais tendem a enfrentar maiores riscos, como perda de credibilidade, queda de investimentos e, em casos extremos, a descontinuidade operacional. Por outro lado, organizações que adotam uma postura proativa, apresentando relatórios ambientais claros e precisos, frequentemente são vistas como mais responsáveis e preparadas para enfrentar os desafios do mercado globalizado.

É importante destacar que a divulgação de informações ambientais não se restringe apenas ao cumprimento de normas regulatórias, mas também à construção de uma imagem institucional sólida e à criação de valor no longo prazo. Conforme defendido por Gray, Owen e Adams (1996), a contabilidade ambiental não deve ser percebida como uma obrigação, mas como um diferencial estratégico que alinha os

interesses econômicos com os sociais e ambientais, contribuindo diretamente para a continuidade das empresas.

Diante desse panorama, este trabalho tem como objetivo analisar a relação entre a divulgação dos relatórios ambientais e o processo de continuidade empresarial, investigando como a transparência e a responsabilidade socioambiental impactam a reputação, a confiança do mercado e a capacidade de sobrevivência das organizações em um ambiente cada vez mais competitivo e regulamentado.

Nos dias atuais, um importante ponto a ser trabalhado é o impacto que a sustentabilidade tem dentro e fora das organizações, relacionando ao público interno, trabalhadores, sócios e o público externo, no que diz respeito aos consumidores, populares e o Governo, stakeholders como um todo. A importância se origina por conta não só da preservação do ambiente, como também da venda de produtos, no cenário atual, o consumidor está cada vez mais exigente e se preocupa com processo de formação do produto e os impactos que esse processo vem a causar, tanto ambientais, quanto sociais.

Trazendo o significado de "sustentabilidade", que é a preservação e preocupação com os bens naturais, para que as gerações futuras tenham acesso a eles e que ocorram menores danos ao meio ambiente no processo de elaboração do produto, pode-se entender que é um projeto que gera preocupação e interesse social, e que impulsiona a necessidade da divulgação dos relatórios ambientais das organizações.

A continuidade das empresas, em relação a sua longevidade, atrelado a preservação de recursos naturais, diz respeito à necessidade e o motivo pelo qual elas devem cuidar das suas matérias primas, que em sua maioria, são extraídas diretamente do meio ambiente.

É necessário que se pense não só no presente da empresa, mas também deve haver um olhar mais atento para o futuro da organização, uma vez que os recursos vão estar mais escassos. Caso haja um consumo exorbitante nos dias de hoje, e dependendo de qual ramo de trabalho da empresa, não há uma reposição natural equivalente.

A exemplo se tem a extração de minérios e madeiras, que demoram às vezes décadas para estarem prontas para o seu próximo uso.

Nesse sentido, desenvolveu-se a principal problemática dessa pesquisa, "Como a divulgação dos relatórios ambientais está alinhada com a preservação de recursos naturais e como isso pode vir a influenciar no futuro das entidades?".

Com a divulgação transparente dos relatórios ambientais, é possível que os consumidores, ou até mesmo a população, como um todo, cobre da empresa, melhorias em pontos que afetam a natureza. Esses documentos também ajudam no controle interno da própria organização, que pode fazer uma análise horizontal de relatórios de exercícios anteriores, para ter melhor controle das mudanças que podem ocorrer e os impactos no caixa da empresa.

Dessa forma, compreender de que maneira a transparência nas práticas ambientais pode fortalecer a confiança e a fidelidade dos públicos-alvo, impactando positivamente a competitividade no mercado.

Além disso, analisar como as políticas internas podem influenciar a qualidade e a frequência da divulgação de informações ambientais, promovendo uma cultura corporativa voltada para a sustentabilidade.

A escolha do objeto de estudo é justificada pela necessidade, cada vez mais contínua, de controlar o uso, sem que haja desperdícios dos ativos ambientais das organizações, em um cenário onde o consumidor, e o público em geral, estão cada vez mais preocupados com o processo de produção do produto acabado e os danos ambientais causados por esse processo.

Não só pela preocupação dos stakeholders, como também, pela necessidade de uso contínuo de recursos ambientais, já que a empresa também vai passar pelas consequências futuras de uso exacerbado.

Aprofundando um pouco mais, se o empresário não tiver ciência dos danos causados no ambiente e não se ater no grau de renovação da matéria prima, que é utilizada em sua linha de produção, futuramente, é bem provável que essa matéria prima esteja bem escassa e o custo que antes seria "x" passará a ser maior.

Essa pesquisa busca uma maior conscientização em relação ao uso de produtos extraídos do meio ambiente e a sua relação com o tempo de recuperação dos mesmos, mostrando para a sociedade e até mesmo para os empresários que é possível produzir, sem que haja uma agressão tão intensa ao meio ambiente. Afinal, não há como zerar essa parte, já que o ser humano possui necessidades e muitas delas são oriundas da extração de matérias primas, retiradas diretamente do solo.

Para a contabilidade e, conseqüentemente, para um melhor desempenho da empresa, essa pesquisa tem um papel essencial, pois lucrar e andar lado a lado com a sustentabilidade, que nada mais é que usufruir dos bens naturais com cautela e consciência, para que as gerações futuras acesso a eles. O presente estudo terá um papel de mostrar, por meio de dados do mercado, que a divulgação de relatórios ambientais tem um papel significativo.

O diferencial desse estudo é a comparação e efeitos de uso de produtos ambientais, em uma linha onde tratam do passado, presente e futuro da empresa, por meio de dados coletados de outras empresas, e os efeitos positivos e negativos que venham ocorrer.

O papel de relevância dessa pesquisa ficará bem claro no decorrer do trabalho, tanto para a sociedade, considerando a preservação do meio ambiente, lazer e saúde, quanto para as próprias organizações, no que tange a conservação dos seus ativos e garantia de futuro da empresa no mercado.

O objetivo Geral do presente estudo é examinar o impacto da publicação voluntária de relatórios ambientais na continuidade das empresas e na conservação de seus recursos naturais, ressaltando a relevância dessa ação para a sustentabilidade empresarial e a responsabilidade social.

Examinar como a disponibilidade voluntária de relatórios ambientais auxilia na elevação da imagem e reputação das organizações diante de consumidores, investidores e outros interessados.

Analisar a conexão entre a aplicação de políticas ambientais internas e a produção de relatórios ambientais não compulsórios, destacando obstáculos e boas práticas.

Considerar o efeito das ações de conversão de recursos naturais implementadas pelas organizações na sua continuidade operacional e o no rendimento financeiro em longo prazo.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A fundamentação teórica deste trabalho aborda os principais conceitos e teorias relacionadas à contabilidade ambiental, sustentabilidade empresarial, relatórios ambientais voluntários e continuidade das empresas. A seguir, são apresentados os principais tópicos que embasam a pesquisa.

A contabilidade ambiental surge como um ramo da contabilidade tradicional, focado na mensuração, controle e divulgação de informações relacionadas ao impacto das atividades econômicas no meio ambiente. Segundo Iudícibus (2010), a contabilidade deve evoluir continuamente para responder às mudanças econômicas, sociais e ambientais que afetam as empresas e seus stakeholders.

A contabilidade ambiental busca identificar e reportar os custos e benefícios das práticas ambientais de uma organização, promovendo transparência e accountability, conforme defendido por Gray, Owen e Adams (1996). Assim, as informações ambientais fornecidas auxiliam na tomada de decisões de investidores, consumidores e gestores, contribuindo para uma gestão mais sustentável.

Hendriksen e Breda (1999) ressaltam que a contabilidade socioambiental não se limita à apresentação de resultados financeiros, mas engloba também o impacto socioeconômico e ambiental das atividades organizacionais. A divulgação dessas informações torna-se essencial para fortalecer a confiança e a imagem das empresas.

A sustentabilidade empresarial é baseada no Triple Bottom Line, conceito proposto por Elkington (1994), que integra três dimensões: econômica, social e ambiental. Empresas que adotam práticas sustentáveis buscam equilibrar o desempenho financeiro com a preservação dos recursos naturais e a responsabilidade social.

De acordo com Carroll (1991), a responsabilidade social corporativa (RSC) envolve ações que vão além do cumprimento de obrigações legais, englobando práticas voluntárias para o benefício da sociedade e do meio ambiente. Relatórios ambientais, nesse contexto, são ferramentas que demonstram o compromisso das empresas com a sustentabilidade e com seus stakeholders.

A divulgação de relatórios ambientais fortalece a imagem organizacional e agrega valor à marca, conforme Porter e Kramer (2006), que defendem que a responsabilidade socioambiental pode ser um diferencial competitivo estratégico, aumentando a continuidade e a resiliência das empresas.

A divulgação voluntária de relatórios ambientais consiste na publicação de informações sobre políticas, ações e resultados ambientais, mesmo quando não exigida por normas regulatórias. Essa prática está diretamente ligada à transparência e à governança corporativa, sendo percebidos positivamente por investidores, consumidores e demais stakeholders.

Segundo Ribeiro e Lisboa (2016), os relatórios ambientais voluntários:

- Melhoram a imagem e reputação da organização;
- Aumentam a confiança dos investidores;
- Demonstram compromisso com a sustentabilidade e com a sociedade.

Além disso, Gray et al. (1996) destacam que empresas que publicam voluntariamente suas ações ambientais apresentam maior vantagem competitiva, pois são percebidas como organizações responsáveis e transparentes. Essa divulgação pode reduzir os riscos de descontinuidade empresarial, principalmente em setores com alto impacto ambiental.

A continuidade das empresas está associada à capacidade de uma organização se manter operando ao longo do tempo, mesmo em cenários adversos. Segundo Franco (2014), fatores como imagem corporativa, responsabilidade social e sustentabilidade ambiental influenciam diretamente a resiliência e a longevidade das organizações.

A transparência proporcionada pela divulgação de relatórios ambientais pode:

1. Atrair Investidores: Investidores estão cada vez mais interessados em empresas sustentáveis, que mitigam riscos ambientais e sociais.
2. Fortalecer a Reputação: A imagem positiva da organização no mercado aumenta a fidelidade dos consumidores e o valor da marca.
3. Gerar Eficiência Operacional: Políticas ambientais internas promovem a conservação de recursos naturais, redução de desperdícios e custos operacionais.

Estudos como os de Porter e Van der Linde (1995) mostram que práticas ambientais bem implementadas podem melhorar a eficiência e a competitividade, influenciando diretamente o desempenho financeiro e a continuidade empresarial.

Embora a divulgação voluntária de relatórios ambientais traga diversos benefícios, existem desafios e obstáculos enfrentados pelas organizações. Segundo Dias (2011), alguns dos principais desafios incluem:

- Falta de padronização dos relatórios ambientais;
- Custos elevados de implementação e monitoramento de práticas

ambientais;

- Resistência interna devido à falta de cultura organizacional sustentável.

Por outro lado, Vieira e Gouveia (2015) apontam boas práticas para a elaboração dos relatórios ambientais, como:

- Uso de normas e frameworks reconhecidos internacionalmente (ex.: GRI – Global Reporting Initiative);
- Implementação de políticas ambientais claras e mensuráveis;
- Transparência na divulgação de resultados, tanto positivos quanto negativos.

Empresas que adotam essas práticas tendem a apresentar melhores resultados em termos de continuidade operacional, eficiência no uso de recursos e percepção positiva pelos stakeholders.

A fundamentação teórica apresentada demonstra que a divulgação voluntária de relatórios ambientais está diretamente relacionada à continuidade das empresas e à sustentabilidade organizacional. Ao adotar práticas transparentes e responsáveis, as empresas não apenas fortalecem sua imagem e reputação, mas também geram benefícios operacionais e financeiros em longo prazo, assegurando sua permanência no mercado em um cenário cada vez mais exigente e sustentável.

2.1 Contabilidade ambiental e sua evolução

2.1.1 Definição e conceito de contabilidade ambiental

A contabilidade ambiental é um ramo da contabilidade que visa identificar, mensurar e evidenciar os impactos das atividades empresariais sobre o meio ambiente. Ela se propõe a registrar custos e benefícios ambientais, permitindo que as organizações incorporem variáveis ecológicas na tomada de decisão. Dessa forma, a contabilidade ambiental amplia o papel tradicional da contabilidade, inserindo critérios socioambientais na avaliação do desempenho econômico.

2.1.2 A evolução da contabilidade tradicional para a contabilidade socioambiental

Historicamente, a contabilidade foi concebida para registrar transações financeiras, com foco no lucro e no patrimônio. Com a intensificação das questões ambientais e sociais no cenário global, surgiu a necessidade de adaptar os sistemas contábeis para refletir também os efeitos não financeiros das atividades econômicas. Assim, a contabilidade socioambiental evoluiu como resposta à demanda por maior

responsabilidade empresarial, ampliando o escopo da informação contábil para incluir indicadores de sustentabilidade.

2.1.3 A importância da contabilidade ambiental para a transparência corporativa

A contabilidade ambiental contribui significativamente para a transparência corporativa ao fornecer dados claros sobre o desempenho ambiental da empresa. Relatórios que incluem informações sobre consumo de recursos, emissões, resíduos e investimentos em sustentabilidade fortalecem a confiança dos stakeholders e demonstram compromisso com práticas éticas e sustentáveis. Dessa forma, ela se torna uma ferramenta estratégica para mitigar riscos reputacionais e atrair investidores conscientes.

2.2 Sustentabilidade empresarial e responsabilidade social

2.2.1 O conceito de sustentabilidade empresarial e o Triple Bottom Line

Sustentabilidade empresarial envolve a adoção de práticas que assegurem a viabilidade econômica do negócio sem comprometer os recursos ambientais e o bem-estar social das gerações futuras. O conceito de Triple Bottom Line, proposto por John Elkington, introduz uma abordagem tripla: pessoas (social), planeta (ambiental) e lucro (econômico). Empresas sustentáveis buscam equilibrar esses três pilares, reconhecendo que o sucesso de longo prazo depende do alinhamento entre responsabilidade social, ambiental e financeira.

2.2.2 Responsabilidade Social Corporativa (RSC) como estratégia organizacional

A responsabilidade social corporativa vai além da filantropia, sendo entendida como uma estratégia de gestão voltada à integração de preocupações sociais e ambientais nas operações da empresa. A RSC influencia positivamente a imagem institucional, promove o engajamento dos colaboradores e fortalece a marca perante o mercado. Organizações que incorporam a RSC em seu planejamento estratégico tendem a se destacar pela inovação, ética e compromisso com a sociedade.

2.2.3 Sustentabilidade como vantagem competitiva e fator de continuidade empresarial

A incorporação de princípios sustentáveis no modelo de negócios gera diferencial competitivo, pois responde às exigências do mercado e dos consumidores

por produtos e serviços responsáveis. Além disso, empresas que adotam práticas sustentáveis demonstram maior resiliência frente a riscos ambientais, regulatórios e reputacionais. A sustentabilidade, nesse contexto, torna-se um dos pilares fundamentais para assegurar a continuidade empresarial.

2.3 Relatórios ambientais voluntários

2.3.1 Conceito e importância dos relatórios ambientais voluntários

Relatórios ambientais voluntários são documentos elaborados por empresas para divulgar, de forma transparente, informações relacionadas ao impacto de suas atividades no meio ambiente. Mesmo sem exigência legal, esses relatórios reforçam o compromisso com a sustentabilidade, aproximam a organização de seus stakeholders e contribuem para a construção de uma imagem institucional positiva.

2.3.2 Normas e Frameworks para elaboração dos relatórios ambientais (GRI, SASB, etc.)

A elaboração de relatórios ambientais pode seguir diretrizes estabelecidas por frameworks reconhecidos internacionalmente, como o GRI (Global Reporting Initiative) e o SASB (Sustainability Accounting Standards Board). Esses modelos fornecem indicadores padronizados para mensuração e divulgação de dados socioambientais, promovendo comparabilidade e credibilidade. A adesão a esses referenciais auxilia as empresas a comunicarem seus esforços de forma estruturada e compreensível.

2.3.3 A percepção dos stakeholders sobre a divulgação voluntária

Stakeholders – como investidores, clientes, colaboradores e a sociedade civil – valorizam empresas que divulgam voluntariamente suas ações ambientais. A transparência reforça a confiança e facilita o diálogo com as partes interessadas, contribuindo para a legitimação social da organização. Em um ambiente de negócios cada vez mais orientado por critérios ESG, essa percepção se torna um ativo estratégico.

2.3.4 Benefícios da divulgação de relatórios ambientais para as empresas

Entre os benefícios da divulgação voluntária estão o fortalecimento da reputação, a melhoria na relação com investidores, a antecipação de exigências

regulatórias e a identificação de oportunidades de melhoria interna. Além disso, empresas transparentes tendem a apresentar melhor desempenho em rankings de sustentabilidade, o que pode gerar vantagem competitiva no mercado.

2.4 Continuidade empresarial e sustentabilidade

2.4.1 O conceito de continuidade empresarial

Continuidade Empresarial e Sustentabilidade Ambiental.

A continuidade empresarial pode ser compreendida como a capacidade de uma organização manter suas operações e cumprir sua missão institucional ao longo do tempo, mesmo diante de contextos de instabilidade ou de transformações estruturais no mercado. Essa continuidade não depende apenas de fatores econômicos ou financeiros, mas está profundamente relacionada à forma como a empresa é percebida pelos seus stakeholders e à eficiência com que ela gerencia seus riscos estratégicos, operacionais e reputacionais (BARBIERI, 2011).

Segundo Barbieri (2011), o conceito de gestão ambiental deve ser integrado aos processos decisórios organizacionais, pois a adoção de práticas sustentáveis permite uma maior previsibilidade das operações e, consequentemente, fortalece a resiliência organizacional. Dessa forma, uma empresa que se compromete com a preservação ambiental, com a redução de seus impactos negativos e com a transparência na comunicação de suas ações tende a construir uma imagem sólida perante o mercado — fator essencial para sua sobrevivência no longo prazo.

Além disso, Rosa (2020) argumenta que a sustentabilidade empresarial deixou de ser um diferencial para se tornar um requisito mínimo para empresas que desejam manter-se competitivas e relevantes no cenário contemporâneo. A autora destaca que a divulgação de práticas ambientais é uma ferramenta estratégica de gestão da confiança pública. Essa comunicação ambiental transparente contribui para mitigar riscos, consolidar a credibilidade e, assim, assegurar a continuidade das atividades empresariais mesmo em contextos de adversidade regulatória ou social.

Empresas que adotam boas práticas ambientais, como redução de resíduos, gestão eficiente de recursos naturais e engajamento com a comunidade local, tendem a experimentar menor incidência de riscos operacionais e reputacionais. Essas ações funcionam como um escudo preventivo contra sanções legais, boicotes de consumidores e crises de imagem, todos eles elementos que, se não administrados

adequadamente, podem comprometer a capacidade da empresa de operar de forma sustentável ao longo do tempo.

Do ponto de vista da sustentabilidade, é possível afirmar que empresas ambientalmente responsáveis apresentam maior tendência à longevidade, justamente por construírem relações mais estáveis com seus públicos estratégicos e por demonstrarem compromisso com valores que vão além do lucro imediato. Nesse sentido, a continuidade empresarial não deve ser pensada de forma isolada, mas como um reflexo direto da maturidade da organização em relação às suas práticas sociais e ambientais.

2.4.2 Relação entre práticas ambientais e longevidade das organizações

Empresas que investem em práticas ambientais sólidas tendem a ter maior longevidade, pois minimizam riscos legais, operacionais e reputacionais. A adoção de políticas de conservação, redução de impactos e uso consciente de recursos naturais contribui para a sustentabilidade do negócio, ao mesmo tempo em que alinha a empresa às expectativas sociais contemporâneas.

2.4.3 O impacto financeiro e operacional da conservação de recursos naturais

A conservação de recursos naturais gera impactos positivos não apenas ambientais, mas também financeiros e operacionais. Redução de custos com energia, água e matérias-primas, além de menor exposição a multas e sanções ambientais, são exemplos de ganhos concretos. Empresas que internalizam esses benefícios demonstram maior eficiência e responsabilidade.

2.4.4 Gestão de riscos ambientais e sua relação com a continuidade organizacional

A gestão de riscos ambientais permite identificar, avaliar e mitigar ameaças que podem comprometer a operação da empresa. Desastres ambientais, mudanças climáticas e pressões regulatórias são fatores que exigem respostas estratégicas. A abordagem preventiva desses riscos contribui para a manutenção da atividade empresarial e reforça o compromisso com a sustentabilidade.

2.5 Desafios e boas práticas na divulgação de relatórios ambientais

2.5.1 Obstáculos na implementação e divulgação dos relatórios ambientais

Entre os principais desafios estão a falta de padronização, escassez de dados confiáveis, limitações técnicas e culturais, além da ausência de uma cultura organizacional voltada à sustentabilidade. Muitas empresas ainda enfrentam dificuldades para integrar indicadores ambientais aos seus sistemas de gestão e comunicação institucional.

2.5.2 Exemplos de boas práticas adotadas por empresas sustentáveis

Empresas líderes em sustentabilidade adotam práticas como auditorias ambientais, uso de indicadores GRI, inclusão da agenda ESG na governança corporativa e divulgação transparente de metas e resultados ambientais. Essas ações reforçam a credibilidade e demonstram um compromisso efetivo com o desenvolvimento sustentável.

2.5.3 A importância da governança corporativa para a transparência ambiental

A governança corporativa é essencial para garantir a integridade e a veracidade das informações divulgadas. Estruturas de governança que incluem conselhos de sustentabilidade, comitês ambientais e sistemas de auditoria fortalecem o processo de accountability e contribuem para a geração de valor sustentável de longo prazo.

2.6 Considerações finais do referencial teórico

O referencial teórico apresentado evidencia a relevância da contabilidade ambiental, da sustentabilidade empresarial e da divulgação de relatórios ambientais como instrumentos fundamentais para a continuidade das organizações. Ao compreender os conceitos, desafios e benefícios envolvidos, é possível analisar de forma crítica como as empresas se posicionam frente às exigências ambientais e sociais contemporâneas. A integração entre desempenho ambiental e estratégia organizacional emerge como um fator determinante para a competitividade e longevidade empresarial.

3. Metodologia

3.1 Tipo de pesquisa

Esta metodologia assegura uma análise aprofundada e completa do tema, conectando dados qualitativos e quantitativos para examinar o impacto dos relatórios ambientais na continuidade empresarial.

A pesquisa é exploratória e descritiva:

Exploratória: Será realizada uma análise preliminar para compreender o impacto da divulgação voluntária de relatórios ambientais na continuidade das empresas e na conservação dos recursos naturais. Isso inclui a identificação de boas práticas e barreiras enfrentadas pelas organizações, com foco em padrões recorrentes e lacunas de informação que afetam a tomada de decisão sustentável.

Descritiva: A pesquisa buscará descrever, de forma detalhada, como a publicação voluntária de relatórios ambientais contribui para a imagem organizacional, continuidade operacional e resultados financeiros no longo prazo. Essa abordagem permitirá mapear comportamentos corporativos e práticas adotadas, oferecendo uma base comparativa entre empresas de diferentes setores.

3.2 Delimitação geográfica e amostra da pesquisa

A pesquisa será delimitada ao território brasileiro, considerando empresas com atuação nacional ou multinacional que operem no Brasil e divulguem relatórios ambientais voluntários. A escolha se justifica pela relevância do Brasil no contexto ambiental global, especialmente por sua forte presença em setores como o agronegócio e de carnes.

A amostra será composta por empresas de grande porte, com representatividade nos setores de maior impacto ambiental. Inicialmente, serão analisadas empresas como Marfrig e Cargill, duas empresas que atuam no ramo alimentício.

Crítérios como presença de relatórios ambientais em plataformas como GRI, evidências de políticas internas sustentáveis e acessibilidade dos dados serão determinantes para a seleção das empresas da amostra.

3.3 Procedimentos de coleta de dados

A coleta de dados ocorrerá por meio de três principais frentes:

Pesquisa bibliográfica: Será realizada uma revisão da literatura com base em artigos científicos, livros, teses, dissertações e documentos de autores renomados como Gray, Iudícibus, Hendriksen, Elkington, entre outros especialistas em contabilidade socioambiental e sustentabilidade empresarial. O objetivo é fundamentar teoricamente o estudo e entender as relações entre relatórios ambientais, continuidade empresarial e sustentabilidade.

Análise documental: Serão coletados relatórios ambientais, de sustentabilidade e de desempenho socioambiental publicados voluntariamente pelas empresas selecionadas. Também serão consultadas políticas corporativas e outros documentos institucionais com foco em práticas ambientais e ESG (Environmental, Social and Governance).

3.4 Técnicas de análise de dados

A pesquisa empregará técnicas qualitativas e quantitativas, de forma complementar.

Análise qualitativa: Será utilizada para interpretar as informações obtidas nos relatórios ambientais e nas políticas corporativas. Essa abordagem permitirá identificar narrativas institucionais, padrões de transparência e o papel da divulgação na construção da reputação corporativa e na manutenção da legitimidade social das empresas.

Análise quantitativa: Servirá para mensurar o impacto financeiro e operacional das práticas ambientais adotadas. Serão analisados indicadores como:

Investimentos em iniciativas ambientais.

Cumprimento e promessas de metas e como isso afeta diretamente stakeholders.

Indicadores de reputação corporativa e percepção dos stakeholders, como rankings de sustentabilidade.

A combinação dessas análises permitirá uma visão holística dos efeitos da divulgação ambiental voluntária sobre a continuidade das empresas no mercado.

3.5 Limitações da pesquisa

Durante a realização desta pesquisa, uma das principais dificuldades enfrentadas foi a escassez de empresas que não divulgam relatórios ambientais, já que a tendência atual é justamente a publicação crescente desses documentos,

muitas vezes por exigência de mercado ou pressões reputacionais. Contudo, observou-se que, em grande parte dos casos, as informações divulgadas são incompletas, genéricas ou estrategicamente construídas para reforçar a imagem institucional, sem apresentar dados técnicos consistentes ou indicadores verificáveis. Essa prática acaba por dificultar a análise crítica e objetiva dos impactos ambientais reais das operações empresariais.

Essa tendência está diretamente relacionada à Resolução CVM nº 1710, de 25 de dezembro de 2023, que institui a obrigatoriedade da divulgação de informações relacionadas à sustentabilidade (ambiental, social e de governança) pelas companhias abertas no Brasil. De acordo com a resolução, as empresas devem apresentar seus relatórios ESG (ambiental, social e governança) de forma gradual até o exercício de 2026, com base nas recomendações dos Comitês de Sustentabilidade 1 e 2, formados para orientar a adoção de padrões internacionais como o ISSB (International Sustainability Standards Board).

Conforme a normativa, a obrigatoriedade da divulgação passa a valer a partir do exercício social iniciado em 1º de janeiro de 2026, sendo aplicável a todas as companhias abertas que sejam obrigadas à apresentação de demonstrações financeiras consolidadas. Os relatórios deverão seguir os requisitos estabelecidos nas normas IFRS S1 e IFRS S2, assegurando comparabilidade, clareza e qualidade na prestação de contas sobre riscos e impactos ambientais.

Essa mudança no cenário regulatório explica a crescente presença de relatórios ambientais nas empresas e, ao mesmo tempo, revela a fragilidade atual na qualidade dessas divulgações, especialmente em setores menos fiscalizados ou em empresas que ainda não incorporaram a cultura da sustentabilidade de forma estratégica.

Diversos estudos recentes demonstram que os consumidores estão cada vez mais conscientes e exigentes em relação ao comportamento socioambiental das empresas. Segundo pesquisa conduzida pela PwC (2023), 92% dos consumidores brasileiros manifestam preferência por marcas que adotam práticas sustentáveis, o que evidencia uma mudança estrutural nos critérios de consumo. O fator preço, ainda que relevante, tem cedido espaço para considerações relacionadas à ética corporativa, responsabilidade ambiental e transparência nas operações.

Em complemento, dados divulgados pelo Instituto Akatu (2023) revelam que 73% dos consumidores afirmam confiar mais em organizações que divulgam de forma

aberta e clara seus impactos ambientais. Tal resultado corrobora a crescente valorização da comunicação transparente como um fator de legitimação empresarial diante da sociedade civil. Nesse contexto, a publicação de relatórios ambientais consistentes, auditáveis e atualizados torna-se um instrumento estratégico não apenas para a conformidade legal, mas também para a construção de um vínculo de confiança com stakeholders diversos, como consumidores, investidores e reguladores.

A relevância desse posicionamento é também observada em âmbito internacional. Um levantamento promovido pela Cone Communications (2022) apontou que 87% dos consumidores entrevistados em escala global afirmaram já ter optado por adquirir produtos de uma empresa especificamente devido ao seu comprometimento com causas ambientais. O dado reforça a noção de que o comportamento sustentável não é apenas um diferencial competitivo, mas uma exigência crescente de mercado, sobretudo entre consumidores mais jovens e mais informados.

Além disso, o relatório da Global WebIndex (2022) mostra que 76% dos consumidores deixam de comprar produtos ou serviços quando percebem que a empresa não é transparente em relação às suas práticas socioambientais. Essa rejeição evidencia o impacto direto da (falta de) transparência na reputação corporativa e, por consequência, na sustentabilidade do negócio. Empresas que negligenciam a divulgação de informações ambientais correm riscos reputacionais, financeiros e legais, comprometendo sua capacidade de operar no longo prazo.

Nesse cenário, torna-se evidente que a confiança do consumidor está diretamente relacionada à qualidade, consistência e clareza das informações ambientais disponibilizadas pelas organizações. A publicação de relatórios ambientais completos e verificáveis contribui não apenas para a conformidade com normas regulatórias, como também para a manutenção de uma base de consumidores fiéis. Essa fidelização resulta em um ciclo virtuoso de reconhecimento de marca, crescimento sustentável e solidez institucional — fatores que fortalecem de forma decisiva o processo de continuidade empresarial.

Inicialmente, este estudo tinha como objetivo realizar uma comparação entre duas empresas do mesmo setor, em que uma delas divulgaria, de forma voluntária, seus relatórios ambientais e a outra não realizaria tal divulgação. Contudo, no decorrer da pesquisa, constatou-se uma dificuldade significativa em encontrar empresas que,

atualmente, não publiquem, de alguma forma, informações relacionadas à sua atuação ambiental. Isso ocorre porque a divulgação de práticas ambientais, que antes era uma estratégia adotada de forma opcional, tornou-se uma tendência praticamente consolidada no ambiente corporativo, tanto por pressões de mercado quanto por exigências legais e reputacionais.

Diante desse cenário, o foco da pesquisa foi ajustado para a análise comparativa entre duas empresas do mesmo ramo que, embora ambas publiquem seus relatórios ambientais, adotam posturas e níveis de transparência distintos no que se refere à qualidade e à clareza das informações divulgadas. Ainda que as duas empresas apresentem formalmente seus relatórios, verifica-se que existem diferenças significativas, tanto na forma de comunicar quanto na profundidade dos dados, na apresentação de indicadores, no cumprimento de metas e na efetiva demonstração dos impactos ambientais de suas operações.

Portanto, esta pesquisa busca compreender como essas diferenças na qualidade, na consistência e na integridade da divulgação dos relatórios ambientais impactam não só na percepção dos stakeholders, mas também na construção da reputação, na confiança do mercado e, conseqüentemente, no fortalecimento do processo de continuidade empresarial. A investigação visa demonstrar que não basta divulgar informações ambientais; é necessário que essa divulgação seja feita de forma transparente, precisa e alinhada às melhores práticas de sustentabilidade, sob pena de gerar descrédito, riscos reputacionais e comprometer a longevidade da organização no mercado.

4. APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

A compreensão dos resultados obtidos na análise dos relatórios ambientais da Marfrig e da Cargill exige, inicialmente, um resgate histórico sobre a trajetória de ambas as empresas, suas origens, suas primeiras metas no campo ambiental e como elas evoluíram até o cenário atual, caracterizado por uma alta competitividade, especialmente em setores que vêm sendo constantemente pressionados por demandas de sustentabilidade.

A Marfrig Global Foods, uma das maiores empresas de proteína animal do mundo, foi fundada no Brasil, em 2000, por Marcos Molina dos Santos. Seu início esteve fortemente vinculado à cadeia de processamento de carne bovina, com foco na exportação e no fortalecimento da presença em mercados internacionais. Desde sua fundação, embora seu modelo de negócios fosse tradicionalmente voltado à produção de proteína animal — setor que, por natureza, possui desafios ambientais significativos —, a empresa já sinalizava preocupações com padrões sanitários, bem-estar animal e, de maneira inicial, gestão de resíduos operacionais. No entanto, é importante destacar que, nos primeiros anos, a sustentabilidade ambiental não figurava como uma meta central, mas como uma exigência indireta dos mercados consumidores internacionais, especialmente Europa e Estados Unidos, que começaram a pressionar cadeias produtivas por critérios ambientais mais rigorosos.

A partir da década de 2010, a Marfrig intensificou seus compromissos socioambientais, especialmente após pressões de organizações não governamentais, investidores e consumidores. Em 2020, lançou o programa “Marfrig Verde+”, uma iniciativa robusta voltada para garantir uma cadeia de fornecimento livre de desmatamento na Amazônia até 2030, além de assegurar rastreabilidade total da sua cadeia produtiva. Este programa se tornou um marco não só para a Marfrig, mas para o setor de proteína animal, consolidando a imagem da empresa como uma das líderes globais no debate sobre sustentabilidade na pecuária. Até 2024, os relatórios apontam avanços importantes, com mais de 80% da cadeia já rastreada, embora ainda existam desafios, principalmente relacionados aos fornecedores indiretos — ponto sensível que ainda limita a totalidade dos resultados prometidos (MARFRIG, 2024).

Atualmente, a Marfrig é percebida no mercado como uma empresa altamente competitiva, que combina escala produtiva, eficiência logística e crescente comprometimento ambiental. Esse posicionamento estratégico tem sido fundamental

tanto para atrair investidores preocupados com critérios ESG (Environmental, Social and Governance), quanto para atender mercados cada vez mais exigentes em termos de sustentabilidade.

Por outro lado, a Cargill Brasil, subsidiária da multinacional norte-americana Cargill Inc., possui uma trajetória muito mais antiga. Fundada nos Estados Unidos em 1865, a empresa iniciou suas atividades no Brasil em 1965, com foco no agronegócio, especialmente no processamento de grãos, alimentos e ingredientes. Desde sua criação, a Cargill sempre atuou na intersecção entre agronegócio e indústria alimentar, o que a colocou desde cedo diante de desafios ambientais relevantes, como uso intensivo de água, ocupação de terras e emissões associadas ao transporte e à cadeia produtiva agrícola.

Nos primeiros anos de operação no Brasil, a sustentabilidade não era propriamente uma meta formal, refletindo o cenário global da época, em que os debates sobre meio ambiente ainda eram incipientes. Entretanto, a partir dos anos 2000, a Cargill passou a incorporar políticas ambientais mais robustas, em resposta a pressões de mercado, legislações internacionais e da própria sociedade civil. A empresa estabeleceu, como uma de suas metas, a promoção de cadeias agrícolas livres de desmatamento e o incentivo à agricultura regenerativa, além de redução significativa das emissões de carbono até 2030.

Em seus relatórios mais recentes (2023/2024), a Cargill aponta avanços expressivos na rastreabilidade da soja brasileira, com monitoramento de 100% das fazendas diretas na Amazônia e no Cerrado, além de investimentos significativos em projetos de energia renovável, gestão hídrica e incentivo à economia circular (CARGILL, 2024). Ainda assim, a empresa é frequentemente questionada por desafios na fiscalização de fornecedores indiretos, semelhante à Marfrig, e por eventuais lacunas na implementação de soluções definitivas para impactos ambientais históricos.

Competitivamente, a Cargill se mantém como uma das maiores empresas do setor de alimentos e agronegócio no Brasil e no mundo, combinando capacidade de inovação, sustentabilidade e integração de cadeias produtivas. Sua estratégia ambiental se tornou não apenas uma resposta às demandas do mercado, mas um elemento central de sua proposta de valor junto a investidores, clientes e demais stakeholders.

Portanto, tanto Marfrig quanto Cargill demonstram que, embora a sustentabilidade ambiental não tenha sido a prioridade na fundação de suas operações, ambas as empresas passaram, ao longo dos anos, a incorporar compromissos ambientais robustos em suas estratégias corporativas. Esse movimento, que reflete uma adequação às exigências dos mercados, da legislação e da sociedade, se tornou indispensável para a preservação da imagem, para a mitigação de riscos reputacionais e para a continuidade empresarial no cenário atual, cada vez mais orientado por princípios ESG.

A presente análise comparativa entre a Marfrig Global Foods S.A. e a Cargill Brasil, considerando os dados financeiros, operacionais e as práticas de divulgação ambiental dos anos de 2023 e 2024, evidencia de forma clara como a gestão socioambiental, aliada à transparência e à consistência na divulgação de informações, impacta diretamente na percepção dos stakeholders, na sustentabilidade dos negócios e, sobretudo, no processo de continuidade empresarial.

	Marfrig Global Foods S.A	Cargill Brasil
Transparência na Divulgação Ambiental	Alta. Relatórios completos, e metas bem traçadas	Baixa. Informações genéricas e metas não atingidas
Compromissos Sustentáveis	Desmatamento zero no cerrado até 2030	Promessa de eliminar desmatamento até 2020 não cumprida
Credibilidade com stakeholders	Elevada. Confiança de clientes e de investidores	Reduzida. Sofreu críticas de ONGs e queda na imagem pública
Impacto da Divulgação Sustentável	Contribuiu para recuperação e valorização da marca	Falhas geraram perda de confiança e possível influência negativa

Tabela 1: Análise das métricas sustentáveis

Ao analisar a Marfrig, observa-se que a companhia tem adotado uma postura robusta no que se refere à governança ambiental, social e corporativa (ESG). Seus relatórios são considerados completos, objetivos e bem estruturados, contendo metas sustentáveis claras e alinhadas com os desafios globais, como o compromisso de atingir desmatamento zero no cerrado até 2030. Tal prática gera efeitos diretos na

percepção de seus stakeholders, principalmente investidores, que interpretam a clareza das informações como um indicador de gestão responsável e de mitigação de riscos operacionais e ambientais. Além disso, clientes e consumidores demonstram maior confiança na marca, percebendo-a como comprometida com práticas responsáveis, o que fortalece sua reputação no mercado nacional e internacional.

- Marfrig Global Foods

ANO 2023	ANO 2024
Prejuízo: R\$1,518 bilhão	Lucro Líquido: R\$ 2,796 bilhões
EBITDA: R\$9,295 bilhões	EBITDA: R\$ 13,6 bilhões
Receita Líquida: R\$136,485 bilhões	Receita Líquida: R\$ 144,15 bilhões
Dívida Líquida: R\$34,53 bilhões	Dívida Líquida: R\$ 38,842 bilhões
Alavancagem: 3,72 vezes	Alavancagem: 2,82 vezes
Ativo Total: R\$130,95 bilhões	Ativo Total: R\$137,51 bilhões
Passivos Totais: R\$106,06 bilhões	Passivos Totais: R\$117,57 bilhões

Tabela 2: Resultados Financeiros - Marfrig Global Foods

Os dados financeiros corroboram essa percepção positiva. Apesar de ter encerrado o ano de 2023 com um prejuízo de R\$ 1,518 bilhão, a Marfrig apresentou forte recuperação em 2024, alcançando um lucro líquido expressivo de R\$ 2,796 bilhões, com aumento considerável no EBITDA, que passou de R\$ 9,295 bilhões (2023) para R\$ 13,6 bilhões (2024). Este crescimento revela resiliência operacional, mesmo em contextos econômicos adversos. A redução da dívida líquida de R\$ 34,53 bilhões para R\$ 38,842 bilhões, acompanhada da redução da alavancagem de 3,72 para 2,82 vezes, demonstra uma gestão financeira sólida e preparada para os desafios de longo prazo. Ainda, o crescimento do ativo total de R\$ 130,95 bilhões para R\$ 137,51 bilhões reflete investimentos consistentes em expansão, inovação e, principalmente, em práticas sustentáveis.

Essa robustez econômica é diretamente associada ao fortalecimento da confiança dos investidores, que passam a enxergar a companhia como menos suscetível a riscos reputacionais, regulatórios e socioambientais. Por consequência,

a empresa amplia seu acesso a linhas de crédito, captação de recursos e atração de investidores institucionais que priorizam empresas com boas práticas ESG. Do ponto de vista dos consumidores, a divulgação transparente também fortalece o relacionamento com a marca, gerando fidelização e preferência por produtos associados a uma cadeia produtiva responsável.

- Cargil Brasil

ANO 2023	ANO 2024
Lucro Líquido: R\$2,5 bilhões	Prejuízo Contábil Líquido: R\$1,7 bilhões
Investimentos: R\$2,6 bilhões	Investimentos: R\$1,7 bilhão

Tabela 3: Resultados Financeiros - Cargil Brasil

Por outro lado, a Cargill Brasil, apesar de seu porte e presença global, enfrenta desafios significativos na gestão da sua comunicação ambiental. A empresa apresenta um histórico de divulgação considerada insuficiente, com relatórios ambientais genéricos, incompletos e, em muitos casos, incapazes de demonstrar de forma concreta os reais impactos de suas operações. Além disso, a promessa de eliminar o desmatamento até 2020 não foi cumprida, o que gerou ampla repercussão negativa e críticas severas de ONGs, órgãos internacionais e da própria sociedade civil. Cabe mencionar que os demais dados financeiros da Cargil Brasil não estão presentes na tabela acima por tratar-se de uma empresa de capital fechado.

Essa falta de clareza e compromisso refletiu diretamente nos resultados financeiros e na percepção de stakeholders. Em 2023, a Cargill apresentou lucro líquido de R\$ 2,5 bilhões, com investimentos da ordem de R\$ 2,6 bilhões. Entretanto, no ano seguinte, 2024, a companhia sofreu uma reversão expressiva, apresentando um prejuízo contábil líquido de R\$ 1,7 bilhão e uma redução nos investimentos, que caíram para R\$ 1,7 bilhão. A retração dos investimentos não apenas reflete um ambiente interno de cautela, mas também indica dificuldades em acessar capital, consequência direta da perda de confiança dos investidores.

Para os investidores, essa situação representa um alerta significativo. Empresas que não demonstram clareza em suas práticas ambientais e sociais passam a ser vistas como ativos de alto risco, não apenas por possíveis sanções legais, mas também por boicotes de consumidores, perda de competitividade e restrições impostas por fundos de investimento que priorizam critérios ESG. Além

disso, a queda na credibilidade impacta diretamente no valor de mercado e nas condições de financiamento, tornando a operação mais onerosa e limitando a expansão dos negócios.

No que se refere aos consumidores, as falhas na comunicação socioambiental geram percepções negativas sobre a marca. Com o crescimento da conscientização ambiental no mercado global, cada vez mais clientes priorizam produtos de empresas responsáveis. Assim, a Cargill enfrenta não apenas riscos financeiros, mas também a perda de participação de mercado, uma vez que clientes migram para empresas concorrentes que demonstram maior alinhamento com práticas sustentáveis e transparentes.

Esse cenário é ainda mais relevante quando se observa a entrada em vigor da Resolução CVM nº 1710, de 2023, que torna obrigatória a divulgação de informações ESG a partir de 2026 para todas as companhias abertas no Brasil. Embora a Cargill seja uma empresa de capital fechado, a pressão do mercado e dos stakeholders se intensifica, e a não conformidade com os padrões internacionais — como as normas IFRS S1 e S2, definidas pelo International Sustainability Standards Board (ISSB) — afeta diretamente sua reputação e capacidade competitiva, tanto no mercado interno quanto no externo.

Além disso, estudos recentes corroboram esses efeitos. Pesquisas conduzidas pela PwC (2023) apontam que 92% dos consumidores brasileiros preferem empresas que adotam práticas sustentáveis, enquanto dados do Instituto Akatu (2023) mostram que 73% dos consumidores tendem a confiar mais em empresas que divulgam, de forma clara e objetiva, seus impactos ambientais. No contexto internacional, levantamentos como o da Cone Communications (2022) e da Global WebIndex (2022) reforçam que a falta de transparência pode levar até 76% dos consumidores a abandonarem marcas percebidas como irresponsáveis ambientalmente.

Portanto, a análise conjunta dos resultados financeiros e da percepção dos stakeholders evidencia que a continuidade empresarial, no contexto atual, não se sustenta apenas sobre fundamentos econômicos e operacionais. Ela depende, de forma cada vez mais evidente, da capacidade das empresas em alinhar seus processos internos, suas práticas de gestão e sua comunicação às demandas socioambientais. Empresas como a Marfrig demonstram que a adoção de práticas transparentes e o cumprimento efetivo de metas sustentáveis fortalecem sua posição no mercado, mitigam riscos e garantem não só a sustentabilidade do negócio, mas

também sua perenidade e expansão. Em contrapartida, empresas como a Cargill Brasil, ao negligenciar esses aspectos, colocam em risco sua credibilidade, seu valor de mercado e sua própria capacidade de continuar operando de forma competitiva em um cenário de crescente exigência por responsabilidade socioambiental.

5. CONCLUSÃO

Diante da análise realizada, torna-se evidente que a publicação voluntária de relatórios ambientais exerce um papel fundamental na sustentabilidade empresarial, na responsabilidade social e, sobretudo, na continuidade dos negócios no cenário corporativo atual. Este estudo confirmou que empresas que adotam uma comunicação ambiental clara, transparente, consistente e alinhada às boas práticas de ESG, fortalecem significativamente sua credibilidade no mercado e constroem relações mais sólidas com seus stakeholders, em especial consumidores e investidores.

Ao investigar as empresas Marfrig Global Foods S.A. e Cargill Brasil, foi possível observar na prática como a qualidade na divulgação das informações ambientais impacta diretamente a percepção dos stakeholders. A Marfrig, ao apresentar relatórios robustos, completos e com metas ambientais bem definidas, não apenas reforçou sua imagem como uma organização comprometida com a sustentabilidade, mas também obteve resultados concretos, como a recuperação da lucratividade, atração de investimentos e aumento da confiança por parte do público consumidor. Essa realidade demonstra, de forma inequívoca, que a transparência e a responsabilidade socioambiental são fatores diretamente correlacionados ao fortalecimento da continuidade empresarial.

Em contraponto, a Cargill Brasil, cuja divulgação de informações ambientais foi considerada limitada, genérica e marcada pelo não cumprimento de metas ambientais previamente assumidas, experimentou uma perda significativa de credibilidade, resultando em prejuízo contábil, redução de investimentos e desgaste junto aos stakeholders. Isso reforça que a ausência de relatórios bem estruturados ou a omissão de informações relevantes gera impactos negativos não apenas na imagem, mas também na saúde financeira e na sustentabilidade dos negócios.

Os resultados alcançados confirmam, portanto, que a publicação de relatórios ambientais não é uma mera formalidade ou ação de marketing, mas sim uma estratégia indispensável na construção da confiança e no fortalecimento da reputação empresarial. Empresas que demonstram, por meio de relatórios claros e bem elaborados, seus esforços na preservação dos recursos naturais e no cumprimento de metas sustentáveis, conquistam maior preferência dos consumidores — que estão cada vez mais atentos às práticas socioambientais — e se tornam mais atrativas para

investidores que priorizam organizações responsáveis e alinhadas às exigências do mercado moderno.

Assim, investir na divulgação ambiental de forma estruturada e transparente não apenas contribui para a conservação dos recursos naturais e para o cumprimento do papel social das organizações, mas também se consolida como um diferencial competitivo capaz de assegurar a perenidade, a lucratividade e a continuidade empresarial em um mercado que valoriza, cada vez mais, a responsabilidade socioambiental.

Além dos resultados obtidos, é importante destacar que este trabalho possui elevada relevância para o cenário atual, especialmente diante das transformações que vêm ocorrendo no ambiente regulatório e no comportamento dos mercados. A obrigatoriedade da divulgação dos relatórios ambientais, que entrará em vigor a partir de 2026 conforme estabelece a Resolução CVM nº 1710/2023, reforça ainda mais a importância deste tipo de pesquisa, uma vez que oferece subsídios teóricos e práticos para compreender os impactos que essa exigência traz para as empresas, para os stakeholders e para a sociedade como um todo.

Este estudo contribui de forma significativa para a literatura acadêmica, para profissionais da área contábil, ambiental e de governança corporativa, além de servir como uma ferramenta de reflexão estratégica para empresas que ainda estão em fase de adaptação às novas exigências. Diante disso, torna-se evidente que a discussão sobre transparência ambiental e sua relação direta com a continuidade empresarial não é apenas pertinente, mas absolutamente necessária para os dias atuais, sobretudo no contexto de transição para uma economia mais verde, ética e sustentável.

Diante dos avanços regulatórios, este trabalho abre espaço para futuras investigações que poderão aprofundar ainda mais essa temática. Uma sugestão extremamente pertinente para pesquisas futuras seria realizar um estudo comparativo sobre o impacto da obrigatoriedade da divulgação dos relatórios ambientais, analisando os períodos antes e depois da vigência total da Resolução CVM nº 1710/2023. Isso permitiria verificar de forma empírica quais foram os efeitos concretos da nova regulamentação sobre o comportamento das empresas, sua imagem no mercado, sua capacidade de atrair investimentos e seu relacionamento com os consumidores.

Outra linha de pesquisa de grande relevância seria avaliar como as empresas brasileiras, de diferentes setores, irão se adaptar ao novo sistema obrigatório de divulgação. Isso inclui analisar se essa adaptação ocorrerá de forma positiva — gerando melhorias na governança, na transparência e na sustentabilidade — ou se, ao contrário, haverá resistência, omissão de dados, divulgação superficial e até impactos negativos, como aumento de custos operacionais, riscos reputacionais ou dificuldades no cumprimento dos critérios estabelecidos pelos padrões internacionais (como IFRS S1 e S2).

Essas futuras investigações poderão oferecer diagnósticos mais precisos sobre os desafios e as oportunidades que a nova obrigatoriedade traz para o ambiente corporativo brasileiro, além de permitir o acompanhamento da evolução da maturidade sustentável nas organizações. Ademais, serão fundamentais para compreender como essa transformação impactará a percepção dos stakeholders, tanto do ponto de vista dos investidores — que buscam segurança, estabilidade e responsabilidade socioambiental nos ativos — quanto dos consumidores, que tendem a priorizar empresas alinhadas com princípios éticos, ambientais e sociais.

Portanto, este trabalho, além de cumprir seu papel acadêmico ao atender os objetivos propostos, também se coloca como um ponto de partida para uma reflexão contínua e para o desenvolvimento de novos estudos que acompanharão a consolidação de uma nova era na gestão empresarial, onde a sustentabilidade e a transparência deixam de ser diferenciais para se tornarem exigências indispensáveis à continuidade e ao sucesso das organizações.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, Alexandre. **Finanças Corporativas e Valor**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

BRASIL. **Comissão de Valores Mobiliários**. Resolução CVM nº 1710, de 25 de dezembro de 2023. Dispõe sobre a divulgação de informações relacionadas à sustentabilidade pelas companhias abertas. Disponível em: <https://www.gov.br/cvm/legislacao/resolucoes/1710>. Acesso em: 10 jun. 2025.

BRASIL. **Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976**. Dispõe sobre as sociedades por ações. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6404consol.htm. Acesso em: 10 jun. 2025.

CARGILL BRASIL. **Resultados Cargill Brasil 2023**. São Paulo: Cargill, 2024. Disponível em: https://www.cargill.com.br/pt_BR/2024/resultadosbrasilano2023. Acesso em: 01 maio 2025.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007. Acesso em 20 de jan. de 2025.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM). **Resolução nº 1710, de 25 de dezembro de 2023**. Dispõe sobre a divulgação de informações relacionadas à sustentabilidade pelas companhias abertas. Disponível em: <https://www.gov.br/cvm/pt-br/assuntos/noticias/cvm1710>. Acesso em: 02 maio 2025.

CNN BRASIL. **Cargill tem prejuízo contábil de R\$ 1,7 bi em 2024 por causa da variação cambial**. CNN Brasil, 29 abr. 2024. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/negocios/cargill-tem-prejuizo-contabil-de-r-17-bi-em-2024-por-cao-da-variacao-cambial/>. Acesso em: 13 maio 2025.

CONE COMMUNICATIONS. **2017 Cone Communications CSR Study. Boston: Cone, 2022**. Disponível em: <https://www.conecomm.com>. Acesso em: 01 maio 2025.

CONE COMMUNICATIONS. **2018 Cone/Porter Novelli Purpose Study: The Business Imperative for Social Good**. Boston: Cone Communications, 2018.

DIAS, Reinaldo. **Educação ambiental: princípios e práticas**. 11. ed. São Paulo: Gaia, 2004. Acesso em 24 de jan. de 2025.

DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

DIAS, Reinaldo. **Gestão Ambiental: Responsabilidade Social e Sustentabilidade**. São Paulo: Atlas, 2011.

ELKINGTON, John. **Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business**. Oxford: Capstone Publishing, 1997.

ELKINGTON, John. **Sustentabilidade: canibais com garfo e faca**. São Paulo: M. Books, 2001. Acesso em 25 de jan. de 2025.

FRANCO, L. A. **Gestão Sustentável: Um Novo Paradigma Empresarial**. São Paulo: Saraiva, 2014.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). **GRI Standards**. Amsterdã: GRI, 2021. Disponível em: <https://www.globalreporting.org>. Acesso em: 10 jun. 2025.

GLOBAL WEB INDEX. **Sustainability Report 2022**. Londres: GWI, 2022.

GRI – Global Reporting Initiative. **GRI Standards: normas para relatórios de sustentabilidade**. Disponível em: <https://www.globalreporting.org>. Acesso em: 05 abr. 2025.

HENDRIKSEN, E. S.; BREDA, M. F. V. **Teoria da Contabilidade**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. **Código das Melhores Práticas de Governança Corporativa**. 6. ed. São Paulo: IBGC, 2023.

INSTITUTO AKATU. **Pesquisa Akatu 2023: Percepções e Comportamentos do Consumidor Brasileiro**. São Paulo: Akatu, 2023.

LODI, João Bosco. **Empresa e Comunidade: a Responsabilidade Social como Fator de Sucesso**. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 2001.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. **Contabilidade Empresarial**. 20. ed. São Paulo: Atlas, 2022.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MARFRIG GLOBAL FOODS. **Relatório Anual e de Sustentabilidade 2023**. São Paulo: Marfrig, 2024. Disponível em: <https://marfrig.com.br/ri>. Acesso em: 12 maio 2025.

PWC BRASIL. **ESG e as preferências do consumidor brasileiro**. São Paulo: PwC, 2023.

PwC BRASIL. **Global Consumer Insights Survey 2023: Edição Brasil**. São Paulo: PricewaterhouseCoopers, 2023. Disponível em: <https://www.pwc.com.br>. Acesso em: 17 maio 2025.

RIBEIRO, M. S.; LISBOA, F. S. **Contabilidade ambiental: uma análise da evidenciação e impacto no desempenho organizacional**. Revista Brasileira de Contabilidade, v. 48, n. 3, p. 72-86, 2016.

ROSA, Fernanda Cristina da. **Sustentabilidade empresarial: uma análise da divulgação das práticas ambientais em empresas brasileiras**. Curitiba: CRV, 2020.

SASB – Sustainability Accounting Standards Board. **SASB Standards**. 2023. Disponível em: <https://www.sasb.org>. Acesso em: 10 jun. 2025.

SILVA, Reinaldo da; RIBEIRO, Maria de Fátima. **Contabilidade Socioambiental: fundamentos e práticas**. São Paulo: Atlas, 2021.