

AUDITORIA AMBIENTAL COMO FERRAMENTA DE GESTÃO ESTRATÉGICA

Edgar de Lima Silva *
edgar@usp.br

Miguel Lopes de Oliveira Filho *

* Mestrando em Controladoria e Contabilidade na FEA/USP

Resumo

Diante da crescente demanda pelos produtos ecologicamente corretos, as empresas vêem-se obrigadas a investir em tecnologia e conseqüente implantação e manutenção de um adequado sistema de gestão ambiental. E para atingir tal fim, faz-se necessário contar com o grande papel desempenhado pela auditoria ambiental, que resguardará antecipadamente a possibilidade de acontecimentos de acidentes ambientais, provocando com isso uma sensível redução dos possíveis gastos que envolveriam na recuperação desses desastres ecológicos, sem contar que ao mesmo tempo está colocando a empresa em grande vantagem competitiva.

Introdução

A preocupação pela preservação ambiental vem ganhando, cada vez mais, alento em nível mundial. E esse crescentemente, vem ganhando espaço nas bases políticas, econômicas e éticas de sociedade moderna. Os homens de negócios dos anos 90, estão mais criteriosos e cuidadosos na hora de efetuar qualquer tipo de investimento, verificando em primeira forma o impacto social referendado pela crescente importância com a preservação do meio ambiente.

As empresas estão ficando mais inteiradas com a grande necessidade da produção da boa informação intrinsecamente caracterizada pela exigência dos usuários preocupados com a preservação ambiental e a respectiva responsabilidade que a empresa têm para com a melhoria do meio ambiente.

Por não haver uma legislação de caráter contábil tratando dos padrões de informações ambientais, muitas empresas deixam de passar aos usuários essa importante ferramenta de tomada de decisão. E o pouco que há em termos de legislação que trata da preservação e controle do meio ambiente não são tão rígidas como deveriam.

Apesar de algumas empresas já estarem se preocupando em emitir relatórios que contenham informações acerca dos benefícios ambientais e de suas responsabilidades para com o meio ambiente, em muitos destes relatórios ambientais falta credibilidade, pois, assim como a contabilidade, a auditoria externa, que analisa as demonstrações contábeis de algumas empresas, também não se preocupa em verificar, quando existem, relatórios ligados a prover informações ambientais. Assim, os valores referentes a passivos ambientais não são contabilizados.

Segundo Bernardo (1999) a análise dos relatórios anuais relativos ao exercício de 1998 de algumas empresas brasileiras de capital aberto que externam sua preocupação ambiental na mídia revelou as empresas não divulgam adequadamente as informações ambientais que tem impacto nas operações das empresas, como passivos ambientais, gastos com gerenciamento ambiental ou descrição dos investimentos de prevenção.

Assuntos ambientais são uma preocupação opressiva por muitas corporações. A missão principal das empresas é a de gerenciar seus produtos por meios da participação de desenvolvimento sustentado, ou seja, devem se basear na produção e

circulação de bens compatíveis e favoráveis ao meio ambiente, para então poderem se renovar mercadologicamente através do marketing ambiental na expectativa da mudança natural do público consumidor consciente com a nova realidade ambiental.

Apesar de todas as preocupações recentes com a qualidade de vida e preservação ambiental pelas empresas, sabe-se que as empresas são potencialmente um dos principais responsáveis pela degradação do meio ambiente. Apesar das empresas ser um fator necessário para crescimento de desenvolvimento de uma sociedade, deveria expandir-se para suportar o crescimento populacional e melhorar os padrões de vida e não com fins visíveis da gananciosa corrida pela lucratividade e conseqüente destruição do meio ambiente através dos processos de exploração e extração desordenadas de matérias-primas, da produção, do consumo de energia, da geração de lixo e do uso de descarga dos produtos e/ou embalagens inutilizadas por parte dos consumidores. O transtorno causado pela produção e consumo de bens e serviços de forma desordenada além de destruir o meio ambiente está enfraquecendo, despercebidamente, o potencial econômico das futuras gerações, através do esgotamento dos recursos naturais.

Meio Ambiente e a Contabilidade da Empresa

A degradação ambiental coloca em risco a continuidade das empresas, pois afeta a oferta de insumos (matérias primas e materiais de consumo), através das ações dos órgãos do governo que promulgam leis impondo sanções às empresas poluidoras através de multas ou até da proibição da operação da empresa em condições poluidoras, limitando a possibilidade da empresa obter crédito. Algumas instituições financeiras estão restringindo o crédito àquelas que empresas sujeitas a riscos de acidentes ambientais. Além disso, existe uma tendência de que consumidores se tornem mais seletivos, optando por comprar produtos que não agridam o meio ambiente.

Em Janeiro de 2000 o derramamento 1,2 milhão de litros óleo na Bahia da Guanabara pela Petrobrás atingiu a fauna e a flora local além da indústria da de pesca e o turismo local. A Petrobrás além de arcar com o pagamento da multa administrativa a empresa teve sua imagem abalada estando ainda sendo acionada por responsabilidade civil e ambiental, informa Machado (2000).

Por outro lado, a Dow Química, segundo Guena (2000), está investindo US\$ 26 milhões em segurança e preservação do meio ambiente nas unidades localizadas na Bahia. A jornalista lembra que a empresa passou anos se explicando sobre o uso do seu produto "agente laranja" na guerra do Vietnã. Vale lembrar que Union Carbide, recém adquirida pela Dow, também passou anos justificando o incidente com o gás venenoso na Índia.

A Preservação do Meio Ambiente como Balizador para a Avaliação das Empresas

Não só as responsabilidades de ordem legal como também as ligadas com os efeitos negativos causados ao meio ambiente, sempre recairá sobre o empresário, independente do momento em que a empresa tenha sido adquirida, ou seja, pois independente do período em que os danos ambientais tenham ocorrido a responsabilidade sempre recairá sobre o atual proprietário, por isso é que se faz necessário um cuidado prévio com as possíveis repercussões negativas sofrida pela empresa, sejam elas de caráter ambiental ou não. É por isso que quando uma empresa que fazer uma combinação de empresas é fundamental levar em consideração a adequada averiguação através de um processo de revisão e verificação da situação ambiental, pelo qual permitirá fazer previamente uma radiografia dos possíveis riscos em que esteja inserida a empresa que está em negociação.

Os investidores, preocupados com a repercussão negativa, que alguns empreendimentos tidos como "inimigos da natureza", poderão provocar ao meio ambiente e levando em consideração a conscientização social pela preservação ambiental, procuram aplicar seus recursos em empresas que estejam preparadas para enfrentar a grande guerra do marketing verde como item de sobrevivência para um futuro próximo.

"O *World Business Council for Sustainable Development* (Conselho Mundial de Comércio para o Desenvolvimento Sustentado) – uma associação mundial de empresas à qual a associação *Enterprises for the Environment* é afiliada, conduziu, recentemente, um estudo para estabelecer a relação entre o desempenho ambiental" da empresas e seu valor patrimonial.

Assim, em 1996, a seguradora norueguesa *Storebrand* estabeleceu com a firma norte-americana *Scudder, Stevens and Clark* um "fundo ambiental" para investir em

empresas que respeitam (mais que outras) um determinado número de critérios ambientais.

Esse fundo realiza um retorno de 22%, em comparação com 17% do fundo da *Scudder* (fundo ordinário) e 12% do Índice *Morgan Stanley*.

Outro exemplo é outro índice. Desde 1991, o indicador Domini mede as mudanças de valor patrimonial de 400 empresas norte-americanas. Baseia-se no desempenho ambiental e responsabilidade social das empresas e indica o melhor desempenho financeiro dessas empresas contra todas concorrentes que constituem a base de índice *Standard and Poors* – 17% contra 14% (em 60 meses), segundo Mer (1998).

Passivo Ambiental

Os passivos ambientais podem ser visto como todos os sacrifícios envolvendo benefícios econômicos como consequência de obrigações de caráter ambiental com capacidade de mensuração monetária, para a transferência de ativos ou a prestação de serviços futuros resultantes de fatos ocorridos no passado.

Para o IBRACON – Instituto Brasileiro de Contadores (1992) em seu pronunciamento IX caracteriza o passível exigível como:

- *“Uma obrigação existente no momento, decorrente de transações passadas. Logo uma obrigação que possa resultar de uma transação ou evento futuro não é uma exigibilidade. Uma obrigação que depende de eventos futuros pode não se concretizar. Há uma obrigação de no futuro entregar ativos aceitáveis pelo credor. A quitação dessa obrigação pode se dar através de pagamento em dinheiro no futuro, uma futura prestação de serviços, uma futura entrega de ativos não-monetários, um futuro encontro de contas, um futuro perdão de dívidas, ou uma futura substituição de uma obrigação por outra”;*
- *“A obrigação é passível de mensuração monetária por uma quantia definida ou razoavelmente estimada”;*
- *“O credor e a data em que a obrigação torna-se exigível são conhecidos ou podem ser estimados com razoabilidade. Exemplificando: quanto a uma*

dívida contraída, conhece-se o credor e a data do seu vencimento. Já o passivo para com os fregueses, em virtude de garantias dadas aos produtos vendidos, não tem data certa de vencimento, nem montante exato, mas, para um determinado período de tempo, pode-se estimar, com certa segurança, seu montante com base na experiência histórica. Da mesma forma, deve ser contabilizados o passivo de equipamentos pesados e outras obras de grande vulto”.

A ONU, citado por Ribeiro (1999) considera que o passivo ambiental se configura quando:

- Houver uma obrigação de a entidade prevenir, reduzir ou retificar um dano ambiental, sob a premissa de que a entidade não possui condições para evitar tal obrigação. Essa ausência de condições é definida pelas seguintes situações:
 - Existência de uma obrigação legal ou contratual;
 - Política ou intenções da administração, prática do ramo de atividades, ou expectativas públicas; ou
 - Divulgação, por parte da administração, interna ou externamente, de sua decisão de prevenir, reduzir ou retificar o dano ambiental de sua responsabilidade.
- O valor da exigibilidade pode ser razoavelmente estimado:
 - A exigibilidade pode ser mensurada com base em estimativas de gastos que poderão ser exigidos para cumprir a obrigação no período corrente – método do custo corrente, ou com base no valor presente da estimativa dos gastos futuros, mas baseados em condições legais e/ou contratuais existentes (não em condições futuras) – método do valor presente. O método utilizado deve ser evidenciado;
 - Se a exigibilidade for mensurada com base no valor presente da estimativa de gastos futuros, deve-se levar em consideração:
 - A estimativa de gastos futuros, baseada em custos correntes;
 - O ajuste do montante:

- Pela expectativa de inflação;
- Por avanços tecnológicos que estarão disponíveis para uso no custo prazo;
- O montante de ajustes deverá ser descontado, usando uma taxa de risco, a qual poderá ter como parâmetro as taxas dos títulos governamentais similares;
- Nos casos em que há evidências de que obrigações adicionais serão incorridas em períodos futuros, a exigibilidade incremental deverá ser mensurada, usando uma taxa de risco que abranja todo o período. Uma taxa média ponderada de desconto poderá ser usada para mensurar a exigibilidade total;
- Mudanças no valor presente da exigibilidade, devido à fluência do tempo, deverão ser reconhecidas como custo do período;
- Modificações na estimativa de fluxo de caixa futuro, relativa ao cumprimento da exigibilidade, provocada por alterações em premissa e por novas exigências legais, deverá ser contabilizada como mudança em estimativa de exigibilidades; a taxa de desconto utilizada não poderá ser afetada.

Para Ribeiro,

“[...] os passivos ambientais devem ser constituídos pela expectativa de sacrifício de benefícios futuros impostas por legislações e regulamentações ambientais, como taxas, contribuições, multas e penalidades por infrações legais e, ainda, em decorrência de ressarcimento a terceiros por danos provocados, estimativas de gastos para recuperação e restaurações de áreas degradadas, seja por iniciativa própria, seja exigido por lei ou terceiros. Enfim, todos os compromissos que impliquem o provável consumo de recursos futuros para fazer face às obrigações decorrentes de questões ambientais”

A Existência do Mercado Consumidor e a Visão do Investidor

Seqüenciado à revolução industrial, surgiu um mercado consumidor bastante exigente, onde a dimensão da produtividade industrial se aliava à desproporcionalidade do consumo de produtos caracterizado pelo estigma do descartável. O crescente consumo dos produtos tidos como descartável veio acarretar em um sério problema para o meio ambiente. Como boa parte das embalagens, ou até mesmo o próprio produto devidamente utilizado, são lançados diretamente no meio ambiente sem que haja tempo da decomposição natural total desses produtos, os ambientalistas passaram a contrapor aos anseios e necessidades dos consumidores enfocando a essencialidade da preservação e proteção do meio ambiente.

A questão da importância com a preservação e conservação do meio ambiente surgiu como um item diferenciador da produção e conseqüente competitividade entre as empresas perante as novas reivindicações do mercado consumidor, onde um dos principais requisitos na busca pela concorrência de mercado é a variável ambiental, ou seja, as empresas começaram a se preocupar mais com as questões ambientais como fator necessário para sua sobrevivência.

A crescente evolução do consumidor verde teve seu acompanhamento subsidiado pelo marketing ambiental. As empresas começaram a se preocupar com propagandas ambientais que agradassem a todos os tipos de consumidores, tais como, "produto inofensivo a camada de ozônio" "produto inofensivo ao meio ambiente".

Donaire *apud* Abreu (1997), as funções do marketing ambiental são:

- Identificar preocupações ambientais emergentes no mercado;
- Ajustar seus produtos e serviços às novas exigências do mercado;
- Desenvolver ações inovadoras em relação à preocupação ambiental;
- Descobrir mercados para itens reciclados, reutilizáveis e rejuvenescidos;
- Planejar produtos e processos ambientalmente saudáveis;
- Planejar embalagens para o máximo de reutilização;
- Planejar embalagens de materiais únicos, compatíveis e/ou que possam ser separados para que sejam facilmente reciclados;
- Planejar embalagens com material reciclado;

- Eliminar o *overpackaging*;
- Evitar o descartável;
- Especificar claramente na embalagem e no produto como podem ser reciclados, reutilizados ou descartados de forma segura;
- Interagir com fornecedores e distribuidores visando garantir a obtenção de insumos e serviços coerentes com as preocupações ambientais.

Já Peattlie apud Abreu (1997) relaciona alguns itens considerando-os como princípios do marketing ambiental:

- Valores técnico-econômicos.

O Marketing Verde através da mídia, veio detonar e qualificar o grau de exigência dos consumidores, surgindo daí, uma grande vertente para o rumo das tomadas de decisões dos investidores, que começaram a fazer suas aplicações em empresas defensoras do meio ambiente.

Com a conscientização ambiental do novo consumidor, muitas exigências, forçosamente, já foram atendidas pelas empresas, mas mesmo assim, existem alguns problemas de difíceis soluções, pois de acordo com demonstração de Ferreira (1998),

“O grande deságio do desenvolvimento sustentável envolve diversos obstáculos a serem superados. As questões se desdobram; por exemplo, preservar o ambiente muitas vezes significa não produzir determinados produtos, ou então incorrer em custos extremamente altos para produzi-los sem afetar o ambiente, tornando-os com isso, caros, sem condições de serem adquiridos pelo consumidor final. Um produto cujo preço não seja competitivo corre o risco de levar uma empresa à falência e isso geraria desemprego, e todas as conseqüências sociais inerentes a essa situação”.

Continuando, Ferreira (1998) enfatiza que,

“Seria ingenuidade dizer que a empresa não está preocupada com o mercado. Em última análise, ele é o grande balizador dos rumos que ela poderá seguir. E, mesmo que a sociedade pressione para que não se polua, as empresas terão como um dos fatores limitativos à sua intenção

de não poluir, o impacto dos custos que um programa antipoluição terá sobre o custo final de seu produto. Um outro fator a ser considerado são as exigências legais, que impõem um controle cada vez mais rígido sobre os níveis de poluição”.

O impacto ambiental causado por uma atividade é algo muito difícil de se estimar, pois quando se trata de empreendimentos em fase de projeto a estimativa do impacto ambiental torna-se quase que um jogo de adivinhação, o qual exige de um especialista uma visão geral sobre a meta do empreendimento, além de contar com o bom senso e objetividade do mesmo, pois todas e quaisquer cogitação tomadas em detrimento da realidade não passam de meras imitações sujeitas a erros e acertos.

Quanto às perspectivas do mercado consumidor no Brasil, destaca-se duas pesquisas, feitas pelo Procon (1999) em São Paulo e pela Confederação Nacional das Indústrias / IBOPE (1999) em 1998 e indicam a preocupação da população, (que em última análise caracteriza-se no grupo de pessoas que consome os produtos produzidos pelas empresas) quanto à qualidade ambiental dos produtos e com a preservação do planeta.

Segundo a pesquisa CNI/IBOPE os resultados apontam pela ordem: os governos, as ONGs (Organizações Não governamentais), os consumidores, as empresas como sendo os grupos que estão fazendo mais pelo meio ambiente; concluiu também que em cada quatro pessoas três estariam dispostas a pagar mais por um produto que não polui o meio ambiente , percentual que é maior entre os entrevistados nas faixas etárias entre 16 e 34 anos. O aumento da fiscalização e a conscientização da população são apontados como as duas melhores maneiras de resolver os problemas que afetam o meio ambiente.

Na pesquisa feita pelo PROCON a percepção da relação entre consumo e problemas ambientais foi expressiva e parcela significativa dos entrevistados apontou soluções que implicam em mudanças de comportamento do consumidor para a resolução de problemas no futuro. O Poder Público é visto pelos paulistanos como o principal responsável pela iniciativa para a solução dos problemas ambientais na cidade e o poder de escolha do consumidor é uma das formas de atuação no panorama atual de degradação ambiental. Para 91% dos entrevistados deve existir uma preocupação com o futuro do planeta, seja pelo dever ético com futuras gerações

(apontada por dois terços dos entrevistados), pelos próprios descendentes (um terço). Estas respostas indicam uma predisposição favorável à questão ambiental que exigem um sentido de responsabilidade para com o futuro do planeta e das futuras gerações.

Com base na observação de que a sociedade mundial, governos e as grandes empresas estão participando ativamente do debate ambiental, depreende-se que a questão ambiental constitui-se numa variável importante e também de risco para a continuidade e lucratividade da empresa.

Auditoria Ambiental e a ISO 14000

A proteção à natureza através da auditoria ambiental, apesar de ser efetuada por algumas empresas de forma totalmente voluntária, tem forte impacto na prevenção para combater a degradação ambiental e servindo também como uma grande ferramenta gerencial. A concorrência empresarial é um dos fatores que impulsionou e deu ênfase à auditoria ambiental, pois as vantagens que uma empresa pode adquirir a partir de medidas preventivas de preservação ambiental levantadas pela auditoria são uma grande estratégia de concorrência para o ajuste e adequação dos novos produtos e novas tecnologias.

Segundo Cairncross (1992) a auditoria ambiental se desenvolveu primeiro nos Estados Unidos da América, no início dos anos 70, como forma de uma companhia avaliar se estava em acordo com a legislação ambiental. Auditores ambientais especializados verificam o cumprimento das normas e examinam locais ou instalações que estão sendo comprados ou vendidos. Após o desastre de Bhopal, Cairncross (1992) ressalta ainda que as companhias passaram a se preocupar em garantir que suas filiais estrangeiras atendessem aos mesmos padrões que a matriz.

No Brasil, Busato (1996) lembra, que as auditorias foram introduzidas pelas matrizes de empresas multinacionais oriundas de países desenvolvidos, onde, segundo a autora, atualmente são consideradas como ferramenta fundamental no gerenciamento e na avaliação do desempenho ambiental.

Além do fator concorrência muitas empresas utilizam a auditoria ambiental nos seguintes casos:

- Na aquisição de contratos de seguradoras que exigem inspeção ambiental técnica para constatar a confiabilidade das instalações e processo produtivo;
- No atendimento da legislação ambiental;
- Em caráter preventivo para analisar a extensão do risco de possíveis acidentes ambientais;
- Como estratégia gerencial para a utilização do marketing verde;
- Em operações que envolvam combinações de empresas, com finalidade principal de verificação do passivo ambiental;
- Verificação do possível impacto ambiental referente a instalação de novos empreendimentos.

Neste contexto, a normatização de sistemas de gestão ambiental foi proposta pela International Standard Organization através da ISO 14000, que objetiva a garantia da excelência ambiental às empresas que seguem tal norma.

Nas normas da série ISO 14000, segundo Busato (1996) a aplicação das normas de auditoria ambiental (14010, 14011 e 14012) limitam-se, à auditoria do tipo certificação de Sistemas de Gerenciamento Ambiental, como definidos na norma ISO 14001. A norma define auditoria ambiental como:

Um processo de avaliação sistemático e documentado que visa obter e avaliar objetivamente as evidências que determinem se atividades específicas, acontecimentos, condições e sistemas de gerenciamento relativos ao meio ambiente, ou informações sobre essas questões, estão em conformidade com os critérios da auditoria, e comunicar os resultados ao cliente, segundo Cavalcanti (1995) apud Busato (1996).

Dessa forma, após a conclusão dos trabalhos da auditoria, os riscos ambientais são passíveis de avaliação e quantificação e devem ser gerenciados de forma minimizar os impactos nocivos para a empresa. Um acidente ambiental repercutiria tanto no âmbito da imagem da empresa quanto aos gastos para solucioná-los.

Conclusão

A auditoria ambiental desempenha um importante papel na gestão estratégica das empresas. Isso porque, ao identificar e apontar os riscos ambientais a que a empresa foco da auditoria está sujeita, esta pode adotar medidas para minimizar ou até solucionar seu passivo ambiental potencial.

Vale lembrar que entre os impactos negativos de um acidente ambiental estão tanto as multas a serem pagas pela empresa quanto os desgastes de imagem institucional e desgastes de uma determinada marca.

Embora não seja necessariamente verdade que todas as melhorias ambientais nos processos de produção redundem em aumento de custos, num primeiro momento é fato que qualquer mudança na organização física de um ambiente de trabalho consome recursos que podem ser traduzidos como desembolsos financeiros.

Mas esses custos tendem a ser minimizados levando-se em consideração que uma das recomendações ambientais consistem em reduzir o consumo de materiais, energia e produção de resíduos.

Além do que os produtos ecologicamente corretos vêm ganhando destaque no mercado consumidor a nível mundial, incluindo o Brasil, conforme resultado das pesquisas de opinião comentadas no tópico “A Exigência do Mercado Consumidor e a Visão do Investidor”.

Dessa forma, a auditoria ambiental pode gerar vantagem competitiva para a empresa verde.

Bibliografia

- ABREU, Cláudia Buhamra – **As atividades de Marketing e a proteção ao meio ambiente** In IV Encontro Nacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente, São Paulo, Anais, 1997.
- BERNARDO, Heloísa Pinna. **Divulgação das informações de natureza ambiental** In IV Encontro Nacional sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente, São Paulo, Anais, 1999.
- BRAGA, Tânia de Oliveira *at al.*, - **Auditoria ambiental: uma proposta para empreendimentos mineiros** - São Paulo: IPT, v.2451, 1996.
- BUSATO, Janete Moro. **A Decisão De Investir Em Gerenciamento Ambiental: Evolução Da Questão Em Santa Catarina Estudo De Caso**, Dissertação de Mestrado em Engenharia – UFSC SC (1996)
- CAIRNCROSS, Francês – **Meio ambiente: Custos e benefícios** – Tradução de Cid Knipel Moreira, São Paulo: Nobel, 1992.
- CONSUMIDOR VERDE. **Pesquisa CNI/IBOPE - Meio Ambiente(maio/98)**. Internet: www.oul.com.br/ambienteglobal, julho/99
- _____. **Pesquisa feita pelo Procon, em São Paulo, revela população preocupada com consumo sustentável**. Internet: www.oul.com.br/ambienteglobal, julho/99
- CORSON, Walter H. – **Manual Global de Ecologia: o que você pode fazer a respeito da crise do meio ambiente** – tradução de Alexandre Gomes Camaru, 2. ed. São Paulo: Augustus, 1996.
- FERREIRA, Aracéli Cristina de Souza, - **Uma contribuição para a gestão econômica do meio ambiente: um enfoque de sistema de informações** – Tese de Doutorado, São Paulo: FEA/USP, 1998.
- GRIFFIN, Charles H.; **WILLIAMS**, Thomas H. and **LARSON**, Kermit D. – **Advanced Accounting** – 3. ed. Homewood: Irwin, 1977.
- GUENA, Márcia. **Temores com meio ambiente**.Gazeta Mercantil, Empresas & Carreiras. 5/08/1999
- IBRACON - Instituto Brasileiro de Contadores – **Princípios Contábeis** – 2. ed. São Paulo: Atlas, 1992.
- MACHADO, Paulo Affonso L. **Poluição é fruto da ganância e do descaso**. Gazeta Mercantil. 22/02/2000
- MARTINS, Eliseu & RIBEIRO, Maísa de Souza, - **A informação como instrumento de contribuição da contabilidade para a compatibilização do desenvolvimento econômico e a preservação do meio ambiente** – São Paulo: IBRACON – Instituto Brasileiro de Contadores, Boletim n. 208, Setembro de 1995, p. 1-7.
- MER, Francis – **As empresas e o meio ambiente** – In Revista Paulista de Contabilidade – Setembro de 1998 p. 29-30
- NAKAMURA, Ângela Mie – **Ações e demais participações societárias: Estudo dos critérios contábeis aplicáveis à sua transação e considerações sobre o seu valor justo** – Dissertação de Mestrado São Paulo: FEA/USP, 1987.

RIBEIRO, Máisa de Souza,- **Custeio das atividades de natureza ambiental** – Tese de Doutorado, São Paulo: FEA/USP, 1998.