

PANORAMA DOS DISCLOSURE SOCIOAMBIENTAL DOS MAIORES FRIGORÍFICOS BRASILEIROS

JOSÉ ALEXANDRE DOS SANTOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL - UFMS/CPNA

DENISE BARROS DE AZEVEDO

UFRGS - UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

NIDIAN SOUZA RIBEIRO CORREA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL - UFMS/CPNA

VINÍCIUS SOARES DE OLIVEIRA

Introdução

O Brasil é o maior exportador de carne bovina do mundo com 27,7% das exportações mundiais e tem o segundo maior rebanho bovino do mundo, das exportações brasileiras 61,30% tem como destino o mercado Chinês e 5,10% a União Europeia (ABIEC, 2023). Para atender os mercados internacionais as empresas precisam seguir as normas dos países importadores, normas que buscam mitigar os impactos sociais e ambientais das operações industriais. As organizações precisam entregar para a sociedade benefícios sociais de acordo com o conjunto de normas e valores da sociedade (SUCHMAN, 1995).

Problema de Pesquisa e Objetivo

Nesta pesquisa pretende-se responder qual o panorama do disclosure socioambiental dos frigoríficos? Portanto, está centrada no disclosure socioambiental de temas materiais comuns aos 03 maiores frigoríficos brasileiros que representam grande parte da produção de carne bovina para o consumo nacional, além da relevância em termos de exportações. Portanto, esta pesquisa busca contribuir com o entendimento das respostas organizacionais que os frigoríficos direcionam para a sociedade em seus relatórios de sustentabilidade.

Fundamentação Teórica

Estudos sobre o disclosure socioambiental, que usaram as teorias dos stakeholders e/ou da legitimidade, relatam mais esforço de construção de imagem, a fim de criar e ganhar a confiança dos stakeholders (ZAINI, 2018). Estudos empíricos demonstram que a melhoria da imagem e da reputação aumenta o valor de uma organização (ABEYSEKERA; GUTHRIE, 2005; AMRAN; DEVI, 2008; ISLAM; DEEGAN, 2008; BEDDEWELA; HERZIG, 2012; ZENG et al., 2012; SHARMA; DAVEY, 2013). Segundo Mitchell et al., (1997), as organizações devem ter maior preocupação com os stakeholders salientes.

Metodologia

As organizações selecionadas para a pesquisa foram os 03 (três) maiores frigoríficos listados na Bolsa de Valores (B3) referentes ao ano de 2021, são elas: JBS S.A., MARFRIG GLOBAL FOODS S.A., MINERVA S.A. Para efeito de comparação qualitativa, apresentou-se o panorama das divulgações das organizações. Os dados foram coletados dos relatórios de sustentabilidade do ano de 2021, disponíveis nos sites das organizações, durante o período de outubro a dezembro de 2022, para apresentar o panorama dos principais frigoríficos brasileiros e os principais itens de disclosure socioambiental apresentados.

Análise dos Resultados

Observa-se que os relatórios trazem informações para demonstrar compromissos organizacionais com a sociedade e com os stakeholders, de maneira que as organizações, para serem consideradas legítimas, precisam apresentar similaridade entre os seus valores e os aceitos pela sociedade em determinada época (SUCHMAN, 1995). Em suas divulgações, devem considerar indivíduos ou grupos que podem influenciar ou são influenciados pelas decisões gerenciais da organização (FREEMAN, 1984). Assim, divulgam suas ações em prol das questões ambientais e sociais, principalmente para mitigar os impactos.

Conclusão

Constatou-se que as organizações buscam, em suas respostas organizacionais, atender às necessidades de seus stakeholders salientes e às convergências, ou seja, as respostas gerenciais conduzem a estratégias para atender ao interesse de múltiplos stakeholders. As respostas organizacionais passaram a ser mais detalhadas, demonstrando maior qualidade nas evidenciações substantivas e simbólicas. As divulgações, com frequência estão associadas aos ODS, o que leva a crer que os frigoríficos apresentam declarações simbólicas, com interesse em desenvolver ações para atingir as metas socioambientais.

Referências Bibliográficas

Global Reporting Initiative. Padrões de Relatórios de Sustentabilidade. Acessado em 22 fevereiro de 2021. Disponível em: de <http://www.globalreporting.org>. 2015. MITCHELL, R. K., B. R. AGLE and D. J. WOOD, 'Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts', *Academy of Management Review*, v. 22, n. 4, p. 853-886, 1997. SUCHMAN, M.C. *Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches*. *Acad. Manag. Rev.*, v. 20, p. 571-610, 1995.

Palavras Chave

legitimidade, disclosure, frigoríficos

Agradecimento a órgão de fomento

Unigran Capital e Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

PANORAMA DOS *DISCLOSURE* SOCIOAMBIENTAL DOS MAIORES FRIGORÍFICOS BRASILEIROS

1 INTRODUÇÃO

O Brasil é o maior exportador de carne bovina do mundo com 27,7% das exportações mundiais e tem o segundo maior rebanho bovino do mundo, das exportações brasileiras 61,30% tem como destino o mercado Chinês e 5,10% a União Europeia (ABIEC, 2023). Para atender os mercados internacionais as empresas precisam seguir as normas dos países importadores, normas que buscam mitigar os impactos sociais e ambientais das operações industriais.

Compreende-se a importância da cadeia da carne bovina para o Brasil e o Mundo, contudo um dos elos que apresentam problemas é o dos frigoríficos, em razão dos impactos sociais e ambientais que causam como, por exemplo, a grande quantidade de resíduos poluentes dispensados no meio ambiente, tais como couro, sangue, ossos, gorduras, aparas de carne, vísceras animais e o excessivo consumo de água (SANTOS et al., 2014).

Sendo assim, os grandes frigoríficos têm se deparado com os desafios impostos pela necessidade de se tornarem organizações mais sustentáveis, pois suas atividades geram grandes impactos sociais, ambientais e econômicos. Em consequência, a sociedade está cada vez mais sensível em relação aos impactos que as empresas geram no ambiente, e os *stakeholders* têm papel fundamental na escolha das estratégias organizacionais com foco na sustentabilidade. Assim, as demandas impostas às organizações sobre as questões socioambientais ganham contornos internacionais a exemplo das preocupações com o bem-estar animal.

Tais preocupações fizeram com que a União Europeia (UE) emitisse regulamentos e diretivas que visam garantir o bem-estar animal nas fases de produção, abate e transporte. A partir de 2019, a UE realizou mudanças no Regulamento do Conselho (CE) nº. 1099/2009 que transfere a total responsabilidade pela proteção do bem-estar animal para os operadores comerciais. Essa alteração traz, para os frigoríficos, a responsabilidade de implementar procedimentos para poupar os animais de dor, angústia e sofrimento desnecessários (GIRASOLE, 2015).

Em período mais recente, durante a pandemia da Covid-19, novos fatores geraram impactos na produção e no hábito de consumo de carne, os quais ainda são incertos, carecendo de estudos. Entretanto, em curto prazo, a covid-19 provocou falta de trabalhadores na indústria, em mão de obra de transporte e processamento de carne, ocasionando a escassez de carne e resultando em preços mais altos em todos os países produtores e consumidores de carne do mundo (OECD/FAO, 2020), ou seja, diversos impactos na cadeia da carne e que pressionam as organizações para responderem aos problemas sociais e ambientais.

As organizações precisam entregar para a sociedade benefícios sociais que vão ao encontro das expectativas da sociedade e de acordo com um conjunto de normas e valores aceitos por essa sociedade para que sejam consideradas legítimas e, assim, merecerem continuar existindo (LINDBLOM, 1994; SUCHMAN, 1995; BALDINI et al., 2018; DEEGAN, 2019; VITHANA et al., 2021). Por se tratarem de organizações que geram grandes impactos sociais e ambientais, os frigoríficos devem ficar atentos à legitimidade de suas operações, realizando ações socioambientais e divulgando-as para a sociedade.

Os grandes frigoríficos utilizam o *framework* do GRI para divulgar informações socioambientais em relatórios anuais, que são direcionadas aos *stakeholders* e ao público em geral que, com o passar dos anos, fica mais consciente das responsabilidades das organizações em relação ao meio ambiente e à sociedade. Assim, nesta pesquisa qualitativa de análise documental, a investigação está centrada no *disclosure* socioambiental de temas materiais comuns aos 03 maiores frigoríficos brasileiros que representam grande parte da produção de carne bovina para o consumo nacional, além da relevância em termos de exportações. Portanto,

esta pesquisa busca contribuir com o entendimento das respostas organizacionais que os frigoríficos direcionam para a sociedade em seus relatórios de sustentabilidade.

2 DISCLOSURE SOCIOAMBIENTAL

O *disclosure* socioambiental (DS) tem potencial de criar efeitos positivos no desempenho dos negócios e no valor das empresas, quando os gerentes decidem divulgar informações adicionais (HO; TAYLOR, 2013). Isso indica que os preparadores de relatórios serão impelidos a divulgar informações voluntárias de várias formas e padrões, visando atender aos objetivos de transparência. Em relação às motivações do *disclosure*, as organizações divulgam informações socioambientais para ganhar reputação, melhorar desempenho financeiro, garantir investimentos e gerenciar seus *stakeholders* (ALI; HUSNAIN, 2022).

As divulgações em relatório anual correspondem a uma ferramenta de comunicação com foco de promover ideias de gestão que posicionem o potencial da organização para os *stakeholders* (ABEYSEKERA; GUTHRIE, 2005). Desta forma, o *disclosure* socioambiental é um campo importante de investigação empírica (HEALY; PALEPU, 2001; SHARMA; DAVEY, 2013). Desta perspectiva, pesquisadores acadêmicos, profissionais e reguladores analisaram e enfatizaram o papel do *disclosure* socioambiental no aumento da transparência entre a organização e seus *stakeholders* (HEALY; PALEPU, 2001).

Estudos sobre o *disclosure* socioambiental, que usaram as teorias dos *stakeholders* e/ou da legitimidade, relatam mais esforço de construção de imagem, a fim de criar e ganhar a confiança dos *stakeholders* (ZAINI, 2018). Estudos empíricos demonstram que a melhoria da imagem e da reputação aumenta o valor de uma organização (ABEYSEKERA; GUTHRIE, 2005; AMRAN; DEVI, 2008; ISLAM; DEEGAN, 2008; BEDDEWELA; HERZIG, 2012; ZENG et al., 2012; SHARMA; DAVEY, 2013). Além da melhoria na imagem e reputação, as organizações divulgam informações socioambientais para reduzir as possíveis pressões dos *stakeholders*. Segundo Mitchell et al., (1997) as organizações devem ter maior preocupação com os *stakeholders* salientes, que é resultante da combinação de três atributos: Poder, Legitimidade e Urgência; sendo assim, quanto mais atributos, mais saliente é o *stakeholder*.

O maior nível de *disclosure* socioambiental relaciona-se à “saliência” dos *stakeholders*, ou seja, quanto maior o grau de saliência do *stakeholder*, maior será o *disclosure* socioambiental direcionado a ele (THIJSSSENS et al., 2015; OLIVEIRA et al., 2013; QU et al., 2013). As estratégias de legitimidade podem ser utilizadas com foco em ganhar, manter ou reparar a legitimidade em níveis pragmáticos, morais e cognitivos (SUCHAMAN, 1995).

A legitimidade pragmática envolve trocas diretas entre uma organização e públicos representados por reguladores ambientais e acionistas institucionais, mas que podem incluir conexões políticas, econômicas ou sociais mais amplas (SUCHMAN, 1995).

A legitimidade moral, por sua vez, reflete avaliações normativas positivas da organização e suas atividades em relação ao seu contrato social (SUCHMAN, 1995). Envolve interações indiretas entre públicos organizacionais, visto que os primeiros continuam sendo fonte significativa de legitimidade, em razão da sua influência potencial na legitimação organizacional (MOBUS, 2005).

A legitimidade cognitiva compreende o apoio confirmatório para uma organização, ou apenas o reconhecimento da organização, com base na necessidade ou no inevitável, sujeito a algumas questões tidas como certas, sugerindo, portanto, um terceiro conjunto de dinâmica de legitimidade que se baseia na cognição, ao invés do interesse ou avaliação (SUCHMAN, 1995).

Ao analisar os relatórios de responsabilidade social, é possível identificar as estratégias de legitimidade da empresa (BORGSTEDT et al., 2019), pois as organizações divulgam informações socioambientais, quando percebem ameaças a sua legitimidade (TILLING; TILT, 2010). Além disso, as empresas emitem um alto nível de informações de responsabilidade social

para aumentar a transparência e aprimorar o relacionamento com os *stakeholders* (ALMAHROG et al., 2018).

Outro campo de pesquisa do *disclosure* que cresceu nos últimos anos está relacionado às divulgações ambientais, sociais e de governança, amplamente conhecidas pela sigla ESG. A divulgação de ESG descreve as iniciativas gerais da organização em relação aos seus *stakeholders*, incluindo funcionários, comunidades, investidores, reguladores e sociedade (CAMPBELL, 2007; MALIK, 2015). Assim, as organizações divulgam informações sobre ESG, porque compreendem que isso ajuda a serem mais sustentáveis, aumenta a confiança dos investidores e influencia sua decisão (GRAMLICH; FINSTER, 2013; CHENG et al., 2014). Corroborando, as organizações pertencentes a um segmento ambientalmente sensível necessitam atender às demandas socioambientais da sociedade para não serem rotuladas como empresas maléficas à sociedade (BUREAU et al., 2019).

As pesquisas sobre o DS focam na qualidade como, por exemplo, empresas de grandes marcas divulgam informações mais detalhadas, quantificadas e com declarações de medidas tomadas sobre suas ações socioambientais (COFFIE et al., 2018). Organizações canadenses emitem relatórios com informações socioambientais mais detalhadas para responder ao exame de *stakeholders* sobre as políticas e práticas de responsabilidade social (THORNE et al., 2014). Segundo Almahrog et al. (2018), as organizações emitem relatórios de responsabilidade social com alto nível de informações para os *stakeholders* com o objetivo de melhorar o relacionamento.

O DS é encontrado com baixos índices de qualidade em países em desenvolvimento (CHAKROUN et al., 2017; NYAHAS et al., 2018; ODOEMELAM; OKAFOR, 2018; ARENA et al., 2018; COFFIE et al., 2018; MAAMA; APPIAH, 2019; SANTOS et al., 2021), e maiores índices de qualidade do *disclosure* socioambiental nos países desenvolvidos (KENT; ZUNKER, 2013; GARCIA-SANCHEZ et al., 2014, DATT et al., 2019).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

As organizações selecionadas para a pesquisa foram os 03 (três) maiores frigoríficos listados na Bolsa de Valores (B3) referentes ao ano de 2021, são elas: JBS S.A., MARFRIG GLOBAL FOODS S.A., MINERVA S.A. A escolha fundamentou-se na classificação da revista Exame que traz, anualmente, as maiores e melhores empresas do agronegócio do ano de 2021, classificação utilizada em outros estudos (HEIN et al., 2021; SANTOS et al., 2021; MOREL et al., 2019; LUGOBONI et al., 2019).

Para efeito de comparação qualitativa, apresentou-se o panorama das divulgações das organizações. Os dados foram coletados dos relatórios de sustentabilidade do ano de 2021, disponíveis nos sites das organizações, durante o período de outubro a dezembro de 2022, para apresentar o panorama dos principais frigoríficos brasileiros e os principais itens de *disclosure* socioambiental apresentados nos relatórios anuais das organizações JBS, Marfrig e Minerva.

Nesse levantamento, foram identificados os itens que constam nos relatórios das empresas como variável *dummy*, ou seja, caso a empresa relate, a informação foi identificada com o número (1); e caso não relate, identificou-se com o número (0). Para coletar essas informações, como instrumento de coleta, utilizou-se o *framework* GRI.

Após a identificação das variáveis presentes nos relatórios das empresas, foram apresentadas as principais convergências entre as informações socioambientais dos três frigoríficos estudados. O panorama apresentado na análise de resultados contribui com a compreensão das estratégias de *disclosure* utilizadas pelos frigoríficos estudados em seus relatórios de sustentabilidade.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 JBS S.A.

A JBS S.A. é uma das maiores empresas de processamento de carne bovina, suína e de aves do mundo. Foi fundada em 1953, em Anápolis, Goiás, Brasil e atualmente possui operações em mais de 20 países em todo o mundo. A empresa opera em diversas áreas, incluindo o processamento e produção de carne, couros e produtos de higiene pessoal. A organização é dona de marcas famosas como a Swift, Friboi, Seara, Pilgrim's Pride e Moy Park. A JBS é uma empresa de capital aberto cujas ações são negociadas na Bolsa de Valores de São Paulo (B3), bem como na Bolsa de Valores de Nova York (NYSE), com forte presença na América do Sul, América do Norte e na Europa. A Companhia conta com mais de 240 mil colaboradores (JBS, 2023).

A empresa conta com portfólio diversificado que vai de produtos *in natura* e congelados até pratos prontos para consumo, comercializados no Brasil e no exterior. Destaca-se que a JBS S.A. atua em negócios correlacionados como couro, biodiesel, colágeno, envoltórios naturais, higiene pessoal, embalagens metálicas, transporte e soluções para resíduos, reciclagem, dentre outros para promoção de sustentabilidade cujas ações se pautam na governança de sustentabilidade, materialidade e ODS (JBS, RS 2021).

A empresa declara que desenvolve o aprimoramento das suas práticas de Governança Corporativa para criar valor, estabelecer relações de confiança com seus acionistas e investidores, bem como com os demais *stakeholders*, tendo como principal interesse gerar resultados sustentáveis em toda a cadeia de valor. A estrutura de governança da empresa é constantemente desenvolvida e aperfeiçoada para assegurar a transparência em todas as suas relações. É formada pelo Conselho de Administração, pela Diretoria Global de Compliance, por um Conselho Fiscal permanente e por comitês de assessoramento que atuam em temas específicos, considerados estratégicos pela empresa (JBS, RS 2021).

Na perspectiva ambiental, a empresa declara que possui um sistema informatizado para acompanhar indicadores de meio ambiente e sustentabilidade das unidades produtivas, como uso de água, geração e análise de efluente, consumo de energia, geração de vapor, geração de resíduos, transporte, gases refrigerantes, dados de produção e dados de emissão de gases de efeito estufa (RS, JBS 2021). Neste sentido, a empresa menciona que, por meio desse acompanhamento, é possível mitigar os impactos ambientais, pois as equipes lançam as informações no sistema periodicamente, para que os ajustes e melhorias na gestão ambiental sejam realizados.

A empresa refere que conduz a gestão de sua sustentabilidade com base nos seguintes objetivos: desenvolvimento sustentável do setor de alimentos, conservação e recuperação de florestas, apoio às comunidades em que estão presentes e a promoção da modernização do ambiente de negócios, alinhada à sustentabilidade (RS, JBS 2021).

4.2 MARFRIG Global Foods S.A.

A Marfrig é uma empresa brasileira do setor alimentício, fundada em 1986, e sediada em São Paulo, Brasil, sendo uma das maiores produtoras de carne bovina do mundo, atuando em todos os estágios da cadeia produtiva, desde a criação de gado até a distribuição de alimentos processados. A empresa possui operações em diversos países, incluindo Brasil, Argentina, Uruguai, Chile, Estados Unidos, Canadá, México, Austrália e Nova Zelândia, e emprega mais de 30.000 pessoas globalmente. Além de carne bovina, também produz carne de frango, suína e de cordeiro, bem como alimentos processados como hambúrgueres, salsichas, almôndegas, entre outros. A Marfrig é conhecida por sua política de sustentabilidade e responsabilidade

social, incluindo iniciativas para reduzir a emissão de carbono, promover o bem-estar animal e apoiar as comunidades locais. Também é listada na Bolsa de Valores de São Paulo e na Bolsa de Valores de Nova York (MARFRIG, 2023).

A Marfrig destaca-se na produção e comercialização de itens à base de proteína vegetal. É a primeira empresa no país a atuar nesse nicho em escala comercial para o *food service*. Nessa atividade, mantém acordo exclusivo com a norte-americana, Archer Daniels Midland Company (ADM), que inclusive deu origem à *PlantPlus Foods*, criada em 2020. Resultado de *joint venture* entre as duas companhias, a *PlantPlus Foods* produz e comercializa alimentos de base vegetal por meio de canais de varejo e das redes *food service*, nas Américas do Sul e do Norte (MARFRIG, RS 2021).

A empresa Marfrig declara que orienta suas ações de sustentabilidade, seguindo um modelo ao qual intitula “Pilares Estratégicos da Marfrig”, em que, por meio de diretrizes e ações em sustentabilidade relacionadas a minimizar o impacto das operações sobre o meio ambiente, busca garantir o bem-estar animal, conservar os recursos naturais e manter boa relação com seus *stakeholders* (MARFRIG, RS 2021). A Figura 5 reproduz a imagem dos pilares estratégicos da empresa Marfrig.

A empresa declara que divide suas ações de sustentabilidade nos seguintes eixos estratégicos: controle de origem, bem-estar animal, mudanças climáticas, recursos naturais, efluentes e resíduos e responsabilidade social. A partir desses eixos, a Marfrig reitera que gerencia a sustentabilidade, acompanhando objetivos, metas e resultados em prol da sustentabilidade (MARFRIG, RS 2021).

4.3 MINERVA S.A.

A Minerva Foods é uma das maiores empresas de carne bovina da América do Sul, com sede em Barretos, estado de São Paulo, Brasil. A empresa foi fundada em 1992 e atualmente opera em mais de 100 países ao redor do mundo. A Minerva Foods é líder na exportação de carne bovina na América do Sul e a maior exportadora de carne bovina da América do Sul para a União Europeia. Possui mais de 23 mil funcionários em suas unidades de produção, processamento e distribuição, além de uma frota própria de caminhões e equipamentos de logística. Comprometida com a sustentabilidade e a responsabilidade social, trabalha com programas de melhoria contínua em suas práticas de produção e operações. A Minerva Foods também investe em tecnologias avançadas e inovação para garantir a qualidade e a segurança alimentar de seus produtos. Em 2020, registrou um faturamento de mais de 18 bilhões de reais, e é listada na Bolsa de Valores de São Paulo (B3), com ações negociadas sob o código BEEF3 (MINERVA, 2023).

A Minerva conquistou o 2º lugar no prêmio *Hallbars Awards 2022*, na categoria *Beef*, prêmio direcionado ao relatório de sustentabilidade da empresa; recebeu inclusive pela segunda vez consecutiva o “Selo Ouro” do Inventário Corporativo de Emissões de Gases de Efeito Estufa (GEE), considerado o reconhecimento máximo do Programa Brasileiro GHG Protocol (MINERVA, RS 2021). A empresa assevera trabalhar para ser parte da solução na transição de uma economia de baixa emissão de carbono, combinando a preservação dos recursos naturais, bem-estar animal e cuidado com as pessoas (MINERVA, RS 2021).

Por fim, a empresa declara que sua estratégia de sustentabilidade é pautada pela criação de comunidades prósperas e na contribuição para um planeta saudável, combatendo as mudanças climáticas e o desmatamento ilegal (MINERVA, RS 2021).

4.4 PANORAMA DAS INFORMAÇÕES SOCIOAMBIENTAIS DOS FRIGORÍFICOS

Foi realizada a comparação do *disclosure* socioambiental das informações disponíveis nos relatórios de sustentabilidade dos três maiores frigoríficos brasileiros: JBS S.A., MARFRIG GLOBAL FOODS S.A., MINERVA S.A., referentes ao ano de 2021. Para realizar esta análise, foram coletadas as variáveis do GRI, pontuadas em escala dicotômica. Assim, quando a informação aparece no relatório, é atribuído ao tópico o número (1), e quando a informação não aparece no relatório, atribui-se o número (0). Antes de realizar a análise das informações socioambientais, comuns aos três relatórios, são apresentadas as características das organizações pesquisadas.

As operações de fusões e aquisições contribuíram para a consolidação do setor de frigoríficos no Brasil. As mais relevantes foram a aquisição do frigorífico Bertin, pelo grupo JBS-Friboi, em 2009; a aquisição de plantas dos frigoríficos Margen e Mercosul, pelo Marfrig, além do grupo SEARA e o frigorífico Independência que foram adquiridos pelo JBS (DE ALBUQUERQUE MACEDO; DE OLIVEIRA LIMA, 2011).

Em 2007, o frigorífico Friboi adquiriu a Swift, empresa norte-americana, e tornou-se o JBS-Friboi, passando, desta maneira, a ser o maior frigorífico do mundo (DINHEIRO RURAL, 2009). Os frigoríficos Minerva e Marfrig também iniciaram, no mesmo período, um rápido processo de internacionalização. Em 2007, Friboi teve suas ações negociadas na Bolsa de Valores (BOVESPA), sendo a primeira empresa brasileira de processamento de carne a abrir o capital. No mesmo ano, o frigorífico Marfrig anunciou a abertura de seu capital, seguido do frigorífico Minerva (MOITA e GOLON, 2014).

As organizações pesquisadas têm projeção mundial; juntas, a JBS, Marfrig, Minerva Foods, alcançaram a marca de R\$ 463 bilhões em receita líquida no ano de 2021. Além disso, elas compõem a lista da revista Exame dentre as melhores e maiores empresas no setor de alimentos e bebidas do ano de 2022. Ocupando uma posição de destaque, a JBS situa-se no 1º lugar; Marfrig em 2º lugar e Minerva Foods em 4º lugar (REVISTA EXAME, 2022). São empresas relevantes no contexto brasileiro que chegam a empregar mais de 290 mil pessoas em suas unidades, conforme apresentado em seus relatórios de sustentabilidade do ano de 2021. Elas declararam a busca por padrões de sustentabilidade e utilizam relatórios para divulgar suas ações de responsabilidade social (JBS, RS 2021; MARFRIG, RS 2021; MINERVA, RS 2021).

As organizações pesquisadas adotam as normas da *Global Reporting Initiative* (GRI) *Standarts* para divulgar suas informações socioambientais. Elas definem os temas materiais com a participação de *stakeholders*. Os aspectos materiais são aqueles que refletem os impactos econômicos, ambientais e sociais significativos da organização; ou que influenciam substancialmente as avaliações e decisões dos *stakeholders* (GRI, 2015). Outro ponto de destaque é que os frigoríficos buscam relacionar suas ações socioambientais aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), inseridos na Agenda 2030, estabelecida pela Organização das Nações Unidas (ONU, 2015). Além de seguir estas normas e objetivos, os frigoríficos utilizam outras referências, a saber: *Sustainability Accounting Standads Board* (SASB), *Task Force on Climate-related Financial Disclosure* (TCFD), *World Economic Forum* (WEF) (MINERVA, RS 2021; JBS, RS 2021), *Integrated Report* (JBS, RS 2021), *FAIRR Initiative* (MARFRIG, RS 2021; MINERVA, RS 2021).

Apesar de serem empresas com destaque e importante papel na segurança alimentar mundial, não estão livres de crises que podem afetar a sua legitimidade, como a JBS que foi objeto de escrutínio público e críticas em relação a questões ambientais, trabalhistas e de bem-estar animal. Em 2017, a empresa foi alvo de investigação no Brasil por envolvimento em um escândalo de corrupção. Escândalos têm grande potencial de afetar a legitimidade das organizações, portanto elas devem buscar medidas para melhorar sua transparência e sustentabilidade. Assim, as organizações emitem um alto nível de informações de

responsabilidade social para aumentar a transparência e aprimorar o relacionamento com os *stakeholders* (ALMAHROG et al., 2018).

Observou-se na comparação entre os relatórios das três organizações, que as empresas atenderam os tópicos do GRI. Assim, foram identificados tópicos comuns às organizações, contudo foram consideradas as informações de *disclosure* socioambiental; já as demais informações não foram analisadas.

Ao considerar o engajamento das partes interessadas, os frigoríficos apresentam informações como a lista de *stakeholders*, os acordos e negociações coletivas, a identificação e seleção dos *stakeholders*, a abordagem para engajamento de *stakeholders* e os principais tópicos que devem constar nos RS. Tais informações demonstram que as organizações desenvolvem seus relatórios para atender às necessidades de informações de *stakeholders*. Assim, quanto maior a prioridade concedida a um grupo de *stakeholders*, maior será o nível de informação socioambiental divulgada nos relatórios anuais, sendo que as comunicações são direcionadas para o grupo de *stakeholders* que possuem legitimidade e poder, portanto *stakeholders* dominantes (BOESSO; KUMAR, 2009).

Nos debates científicos, políticos e econômicos o tema corrupção alcançou papel relevante em todo o mundo (GARCIA; TEODÓSIO, 2020). Portanto, é importante destacar o tópico relacionado às medidas anticorrupção, seja na avaliação dos riscos relacionados a corrupção e casos confirmados de corrupção e medidas tomadas contra os casos de corrupção, em que as empresas Marfrig e Minerva evidenciam essas informações e a empresa JBS não, apesar de citar no RS de 2021 temas relacionados às suas políticas e treinamentos anticorrupção, principalmente em relação às compras e relações com clientes, não atende os tópicos específicos do GRI. Mas, a empresa deve dedicar atenção a este tema, visto que sua legitimidade foi abalada ao tornar-se alvo da Polícia Federal (PF) devido a supostas extorsões, participação em esquemas de corrupção, pagamento de propina e financiamento ilegal de campanhas políticas, pois tais atividades culminaram na prisão dos principais executivos da empresa JBS (PORTAL G1, 2017; VALOR ECONÔMICO, 2017). Outro caso emblemático envolvendo a alta cúpula da JBS foi a prisão do CEO da empresa em 13 de setembro de 2017, em que o executivo supostamente se aproveitou das informações de delação premiada para executar operações no mercado financeiro com a venda de ações e compra de dólares (ÉPOCA, 2017). As empresas devem estar atentas às suas divulgações, pois evidenciar o tema anticorrupção nos documentos organizacionais afeta positivamente a percepção dos *stakeholders* (ETXEBERRIA; ODRIOZOLA, 2017). Além disso, elevados níveis de corrupção e fragilidades legais afastam investidores privados que buscam garantias (KOPROWSKI et al., 2019).

Ao comparar o consumo de energia dentro das organizações, elas apresentam as informações quantitativas e comparativas, bem como as estratégias de redução do uso de fontes não renováveis e a ampliação do uso de fontes renováveis. As empresas apresentaram variações em relação ao consumo de energia e relatos bem detalhados. Comparando os anos de 2020 e 2021, a Minerva reduziu seu consumo em 4,84%; a empresa Marfrig apresentou um aumento de 38,5% em razão da ampliação de plantas produtivas. Entretanto, a organização informa que suas fontes renováveis respondem por 29% do total consumido; a empresa JBS também apresentou aumento de 2,75% (JBS, MARFRIG, MINERVA, RS 2021).

Com relação ao bem-estar e saúde animal, as organizações apresentam informações detalhadas que seguem os padrões internacionais de bem-estar animal da *Fam Animal Welfare Council* (FAWC), referência global nessa questão, a qual declara que os animais devem gozar das seguintes condições: liberdade fisiológica (ausência de fome e sede), liberdade sanitária (ausência de dor, doenças e injúrias), liberdade psicológica (ausência de medo e estresse), liberdade ambiental (edificações adaptadas para melhor conforto) e liberdade comportamental (possibilidade de expressar comportamentos normais) (HOAG; LEMME, 2018). Essas

informações são importantes para a sociedade e para os *stakeholders*, pois, quando não atendidos, além de ferir normas internacionais, têm impacto na qualidade do produto. As questões relacionadas ao bem-estar animal são um risco potencial para os frigoríficos em decorrência da legislação proibitiva. Neste sentido, a União Europeia é referência na iniciativa de legislações rigorosas nas fases de habitação, transporte e abate (SCHMID; KILCHSPERGER, 2010).

Uma das referências utilizadas pelos frigoríficos é a *Sustainability Accounting Standards Board* (SASB), uma organização independente de definição de padrões que promove a divulgação de informações materiais de sustentabilidade para atender às necessidades dos investidores, de maneira que as empresas reagem às demandas de *stakeholders* poderosos e legítimos (CURRIE et al. 2009; PARENT; DEEPHOUSE, 2007), ou seja, *stakeholders* dominantes, neste caso, investidores.

Outras iniciativas como do Conselho Dinamarquês de Agricultura e Alimentos, em parceria com os membros de frigoríficos e o Instituto Dinamarquês de Pesquisa de Carne, desenvolveu o *Global Red Meat Standard* (GRMS). O primeiro *Global Meat* foi publicado em 2006, iniciativa que tem como principal objetivo oferecer transparência no bem-estar animal, qualidade e segurança alimentar. A transparência é obtida por meio de um processo de certificação independente, com base na ISO/IEC 17065. A norma está em sua versão 6.1 e publicada em 10 de agosto de 2020, com vigência a partir de 01 de janeiro de 2021 (GRMS, 2020). A GRMS audita itens específicos dos frigoríficos como, por exemplo, política e objetivos de segurança alimentar, política de qualidade, impacto ambiental, política e objetivos de bem-estar animal, sistema HACCP (GRMS, 2020). De acordo com Suchman (1995), para posicionar uma organização dentro de ambientes restritos e institucionalizados, os gerentes devem obter certificações para a organização, em conformidade com requisitos formais detalhados.

Outro ponto importante a se destacar é a segurança alimentar que tem como referência, no mercado global de produtos alimentares, a metodologia *Hazard Analysis and Critical Control Point* (HACCP) cuja aplicação ajuda a aumentar a confiança dos consumidores na segurança alimentar. Segundo a FAO (2003), o HACCP é definido como um sistema que permite identificar, avaliar e controlar potenciais perigos significativos para a segurança dos alimentos. A norma 22000 do ISO contribui com o processo de levantamento de informações para que seja possível abordar os potenciais perigos relevantes para o Sistema de Gestão de Segurança dos Alimentos (SGSA), os produtos, os equipamentos e processos da organização, além dos regulamentos, estatutos e requisitos de cliente (ISO 22000:2005). Neste sentido, as organizações declaram seguir a metodologia HACCP em relação à segurança alimentar, sinalizando para a sociedade e os *stakeholders* um conjunto de procedimentos. A organização pode oferecer demonstrações simbólicas, apresentando, por exemplo, os seus resultados e procedimentos (SUCHMAN, 1995).

Para o uso de antibióticos, as empresas utilizam controles de uso de medicamentos, principalmente implantando a carta garantia, em que os produtores atestam que não utilizam substâncias proibidas (hormônios), como as promotoras de crescimento, e o tratamento humanitário dos animais; a título de verificação, é feita uma amostragem para verificar se o que foi atestado está seguindo o Plano Nacional de Controle de Resíduos de Carne (PNCRC) (JBS, RS 2021; MARFRIG, RS 2021; MINERVA, RS 2021).

Além das questões legais, os consumidores podem mudar seus hábitos alimentares para produtos com maior nível de bem-estar animal ou afastar-se de produtos de origem animal. Portanto, os frigoríficos que não demonstram cuidado com o bem-estar animal podem sofrer pressões de *stakeholders*, ter sua reputação prejudicada e até perder legitimidade e, por consequência, perder a licença para operar, que é conferida pela sociedade (HOAG; LEMME, 2018).

Dados relacionados à emissão de Gases do Efeito Estufa (GEE) são apresentados em termos de redução ou aumento percentual; além das estratégias de mitigação, as empresas informaram as suas emissões, sendo que a empresa Marfrig comunicou a redução de 68% nas emissões diretas provenientes de operações (Escopo 1) e provenientes da energia comprada (Escopo 2), além da redução de 33% nas emissões indiretas, ou seja, ao longo da cadeia (Escopo 3). Já a empresa Minerva apresentou um aumento de 17,61% nas emissões do Escopo 1, aumento de 72,52% nas emissões do Escopo 2 e de 99,79% do Escopo 3. A JBS apresentou aumento de 1,1% nas emissões do Escopo 1, redução de 10% nas emissões do Escopo 2 e aumento de 6,02% nas emissões do Escopo 3 (JBS, RS 2021; MARFRIG, RS 2021; MINERVA, RS 2021).

Quando se trata do uso da água, são apresentados dados de utilização com a quantidade e as estratégias utilizadas para reduzir o consumo de água, aumentar a captação, bem como a sua reutilização e a construção de Estações de Tratamento de Água, contudo se observa que o consumo de água aumentou, ao se comparar as taxas dos anos de 2020 e 2021: Marfrig (6,07%); Minerva (15,46%); e JBS (3,47%), principalmente em razão do aumento da produção (JBS, RS 2021; MARFRIG, RS 2021; MINERVA, RS 2021). Com o crescimento da população, aliado à grande demanda por carne no mundo e tendo em vista que a produção demanda grande quantidade de água, além dos efluentes gerados pelos frigoríficos que geram poluição (SILVA et al., 2014), as organizações devem divulgar suas estratégias para mitigar o consumo do recurso.

Os resíduos, por sua vez, em sua maioria, são destinados aos aterros sanitários. Também são observados os impactos que os produtos podem gerar na saúde dos consumidores, por meio de controle de qualidade, treinamentos, auditorias e certificações. As organizações declaram cumprir a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS) e apresentam informações quanto ao volume de resíduos sólidos gerados e as comparações anuais (JBS, RS 2021; MARFRIG, RS 2021; MINERVA, RS 2021). As atividades dos frigoríficos geram impactos ambientais, consequentemente é importante sinalizar para a sociedade e para os *stakeholders* as estratégias para mitigar esses impactos. Com relação à estratégia de legitimidade, a organização, em nível de manutenção da legitimidade cognitiva, expõe o tema com naturalidade, não somente explicando o comportamento organizacional, mas também fazendo com que esse fato pareça natural e inevitável (SUCHMAN, 1995).

Pode-se destacar que o grupo de *stakeholders* funcionários é contemplado nos relatórios das empresas, principalmente em relação às informações de horas de treinamentos que ocorrem por ano e a distribuição por gênero, contudo não são apresentadas informações sobre políticas de inclusão. As informações mais divulgadas e detalhadas se relacionam à saúde e à segurança, inclusive apresentam dados sobre acidentes de trabalho, de maneira que se observam ações das organizações para identificação de perigos, avaliação de riscos e investigação de incidentes (MARFRIG, RS 2021; JBS, RS 2021; MINERVA, RS 2021). Os níveis de *disclosure* socioambiental variam com base na percepção da “saliência” dos *stakeholders*, sendo assim, quanto maior a percepção de saliência que a organização tenha em relação ao seu *stakeholder*, mais informações a organização irá divulgar para atender a necessidade do *stakeholder* (NAYAHAS et al., 2018).

Com relação à comunidade local, é possível observar, nos relatórios, declarações sobre o apoio às instituições de saúde, à educação e às doações. Já, para a comunidade interna, as campanhas destinam-se a ações de arrecadações e à prevenção de doenças e uso de drogas e tabaco (MARFRIG, RS 2021; JBS, RS 2021; MINERVA, RS 2021). De acordo com Suchman (1995), a organização deve responder às necessidades de seus *stakeholders* para ganhar legitimidade pragmática, que é uma forma de legitimidade relacionada à troca, baseada na capacidade de uma organização de persuadir os *stakeholders* de sua utilidade (ELMS; PHILLIPS, 2009).

Observa-se que os relatórios trazem informações para demonstrar compromissos organizacionais com a sociedade e com os *stakeholders*, de maneira que as organizações, para serem consideradas legítimas, precisam apresentar similaridade entre os seus valores e os aceitos pela sociedade em determinada época (SUCHMAN, 1995). Em suas divulgações, devem considerar indivíduos ou grupos que podem influenciar ou são influenciados pelas decisões gerenciais da organização (FREEMAN, 1984). Corroborando, preservar a legitimidade é relevante, porque as organizações atuam em amplas relações de troca com diferentes *stakeholders* e dependem de recursos do ambiente em que estão inseridas (HAHN; LÜLFS, 2014).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os relatórios evoluíram em nível de qualidade e comparabilidade, tendo em vista o aperfeiçoamento do modelo GRI e a disposição gerencial em atender aos requisitos propostos no modelo. As organizações frigoríficas vêm desenvolvendo atividades e empreendimentos que contribuem para a mitigação da poluição, como pode ser constatado nas ações de reúso da água, utilização de biocombustíveis, plantas produtivas mais modernas que reduzem o uso de energia, além da preocupação com o bem-estar animal, em suas plantas e nas operações de seus fornecedores.

Constatou-se que as organizações buscam, em suas respostas organizacionais, atender às necessidades de seus *stakeholders* salientes e às convergências, ou seja, as respostas gerenciais conduzem a estratégias para atender ao interesse de múltiplos *stakeholders*. As respostas organizacionais passaram a ser mais detalhadas, demonstrando maior qualidade nas evidenciações substantivas e simbólicas. As divulgações, com frequência estão associadas aos ODS, o que leva a crer que os frigoríficos apresentam declarações simbólicas, com interesse em desenvolver ações para atingir as metas socioambientais de desenvolvimento sustentável. Contudo, observa-se que as organizações evitam aprofundamento em temas que podem trazer alguma crise de reputação, como no caso do item relacionado ao combate à corrupção.

Destaca-se que as pressões impostas por regulamentações internacionais são importantes para que os frigoríficos desenvolvam ações socioambientais e as divulguem, pois assim podem manter a sua licença para operar em uma sociedade mais atenta e preocupada com as questões socioambientais.

Observa-se que a lógica do resultado financeiro ainda é preponderante nas ações organizacionais, pois as metas de redução de consumo de água e energia são suprimidas pela necessidade do aumento da produção.

Por fim, sugere-se que novas pesquisas sejam realizadas para compreender as ações realizadas pelas organizações e como elas são divulgadas, contribuindo para a elaboração de roteiros e estratégias de sustentabilidade em outros segmentos que geram impactos socioambientais.

REFERÊNCIAS

ABEYSEKERA, Indra; GUTHRIE, James. An empirical investigation of annual reporting trends of intellectual capital in Sri Lanka. **Critical perspectives on accounting**, v. 16, n. 3, p. 151-163, 2005.

ABIEC. Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes. **Beef Report: Perfil da Pecuária no Brasil**, 2023. Disponível em: <https://www.abiec.com.br/wp->

content/uploads/Final-Beef-Report-2023-Cap01-FINAL.pdf. Acessado em: 09 de agosto de 2023.

ALI, Waris; WILSON, Jeffrey; HUSNAIN, Muhammad. Determinants/motivations of corporate social responsibility disclosure in developing economies: A survey of the extant literature. **Sustainability**, v. 14, n. 6, p. 3474, 2022.

ALMAHROG, Yousf; ALI ARIBI, Zakaria; ARUN, Thankom. Earnings management and corporate social responsibility: UK evidence. **Journal of Financial Reporting and Accounting**, v. 16. n.2, p. 311-332, 2018.

AMRAN, Azlan; DEVI, S. Susela. The impact of government and foreign affiliate influence on corporate social reporting: The case of Malaysia. **Managerial Auditing Journal**, 2008.

ARENA, Marika; AZZONE, Giovanni; MAPELLI, Francesca. What drives the evolution of Corporate Social Responsibility strategies? An institutional logics perspective. **Journal of cleaner production**, v. 171, p. 345-355, 2018.

BALDINI, Maria et al. Role of country-and firm-level determinants in environmental, social, and governance disclosure. **Journal of Business Ethics**, v. 150, n. 1, p. 79-98, 2018.

BEDDEWELA, Eshani; HERZIG, Christian. Corporate social reporting by MNCs' subsidiaries in Sri Lanka. In: **Accounting Forum. No longer published by Elsevier**, p. 135-149, 2013.

BOESSO, Giacomo; KUMAR, Kamalesh. An investigation of stakeholder prioritization and engagement: who or what really counts. **Journal of Accounting & Organizational Change**, 2009.

BORGSTEDT, Philipp, et al. Legitimacy strategies in corporate environmental reporting: A longitudinal analysis of German DAX companies' disclosed objectives. **Journal of business ethics**, v. 158. n. 1, p. 177-200, 2019.

BUREAU, Dominique; HENRIET, Fanny; SCHUBERT, Katheline. A proposal for the climate: taxing carbon not people. **Notes du conseil danalyse economique**, v. 50, n. 2, p. 1-12, 2019

CAMPBELL, John L. Why would corporations behave in socially responsible ways? An institutional theory of corporate social responsibility. **Academy of management Review**, v. 32, n. 3, p. 946-967, 2007.

CHAKROUN, Raida; MATOUSSI, Hamadi; MBIRKI, Sarra. Determinants of CSR disclosure of Tunisian listed banks: a multi-support analysis. **Social Responsibility Journal**, 2017.

CHENG, Zhihua et al. Will corporate political connection influence the environmental information disclosure level? Based on the panel data of A-shares from listed companies in shanghai stock market. **Journal of Business Ethics**, v. 143, p. 209-221, 2017.

COFFIE, William; ABOAGYE-OTCHERE, Francis; MUSAH, Alhassan. Corporate social responsibility disclosures (CSR), corporate governance and the degree of multinational activities. **Journal of Accounting in Emerging Economies**, 2018.

COFFIE, William; ABOAGYE-OTCHERE, Francis; MUSAH, Alhassan. Corporate social responsibility disclosures (CSR), corporate governance and the degree of multinational activities. **Journal of Accounting in Emerging Economies**, 2018.

DATT, Ragini Rina; LUO, Le; TANG, Qingliang. Corporate voluntary carbon disclosure strategy and carbon performance in the USA. **Accounting Research Journal**, 2019.

DEEGAN, Craig Michael. Legitimacy theory. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, 2019.

ÉPOCA. Wesley é o primeiro preso no Brasil por suspeita de uso de informação privilegiada. Acessado em: 07 de agosto de 2023. Disponível em: <https://epoca.globo.com/politica/noticia/2017/09/wesley-e-o-primeiro-preso-no-brasil-por-suspeita-de-uso-de-informacao-privilegiada.html>. 2017.

ETXEBERRIA, I. A.; ODRIOZOLA, M. A. The social reputation of European companies: does anti-corruption disclosure affect stakeholders' perceptions? **Corporate Social Responsibility and Environmental Management**, 25(5), 713-721. 2017.

FREEMAN, R. E. **Strategic management: a stakeholder approach**. Boston: Pitman/Ballinger, 1984.

GARCIA, Leice Maria; TEODÓSIO, Armindo dos Santos de Sousa. Análise de limites dos sistemas de contabilidade e controle para o enfrentamento do problema da corrupção sistêmica no Brasil: lições dos casos da Suécia e da Itália. **Revista de Administração Pública**, v. 54, p. 79-98, 2020.

GARCIA-SANCHEZ, Isabel-Maria; CUADRADO-BALLESTEROS, Beatriz; SEPULVEDA, Cindy. Does media pressure moderate CSR disclosures by external directors? **Management Decision**, 2014.

GIRASOLE, Mariagrazia et al. Optimization of stunning electrical parameters to improve animal welfare in a poultry slaughterhouse. **Italian journal of food safety**, v. 4, n. 3, 2015.

Global Red Meat Standard (GRMS). GRMS version 6.1 – 17.06.2020. Disponível em: <https://grms.org/grms-standard>. Acessado em: 20 de janeiro de 2021.

Global Reporting Initiative. Padrões de Relatórios de Sustentabilidade. Acessado em 22 fevereiro de 2021. Disponível em: de <http://www.globalreporting.org>. 2015.

GRAMLICH, Dieter; FINSTER, Nicole. Corporate sustainability and risk. **Journal of Business economics**, v. 83, p. 631-664, 2013.

HAHN, R., LÜLFS, R. LEGITIMIZING Negative Aspects in GRI-Oriented Sustainability Reporting: A Qualitative Analysis of Corporate Disclosure Strategies. **Journal of Business Ethics**, v. 123, p. 401–420, 2014.

HEALY, Paul M; PALEPU, Krishna G. Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature, **Journal of Accounting and Economics**, v. 31, n. 1–3, p. 405-440, 2001.

HEIN, Nelson et al. Volume de Vendas X Eficiência Financeira: Análise das 500 Maiores Empresas de 2018 a Partir de um Método Multicritério/Sales Volume Vs. Financial Efficiency: Analysis of the 500 Largest Companies in 2018 From a Multicriteria Method. **Revista FSA (Centro Universitário Santo Agostinho)**, v. 18, n. 3, p. 101-122, 2021.

HO, Poh-Ling; TAYLOR, Grantley. Corporate governance and different types of voluntary disclosure. **Pacific Accounting Review**, 2013.

HOAG, Thomas Michael; LEMME, Celso Funcia. Indústria de alimentos de origem animal: Riscos e oportunidades para o setor decorrentes das políticas de bem-estar animal. **Revista de Administração de Empresas**, v. 58, n. 3, p. 244-253, 2018.

ISLAM, Muhammad Azizul; DEEGAN, Craig. Motivations for an organisation within a developing country to report social responsibility information: Evidence from Bangladesh. Accounting, **Auditing & Accountability Journal**, 2008.

JBS S/A. [Site institucional]. Disponível em: <https://jbs.com.br/sustentabilidade/gestao-ambiental/gestao/>. Acessado em: 25/06/2023.

KENT, Pamela; ZUNKER, Tamara. A stakeholder analysis of employee disclosures in annual reports. **Accounting & Finance**, v.57, n. 2, p.533-563, 2017

KOPROWSKI, S.; NARDI, M.; RIZZI, D. I.; MAZZION; MOURA, G. D. Influência das Conexões Políticas na Evidenciação de Informações Socioambientais. **Revista de Contabilidade, Gestão e Governança**, 22(2), 299-315. 2019.

LINDBLOM, C.K. The implications of organizational legitimacy for corporate social. 1994.

LING, Tay Chia; SULTANA, Nigar. Corporate social responsibility: what motivates management to disclose? **Social Responsibility Journal**, 2015.

LUGOBONI, Leonardo Fabris et al. A missão organizacional das melhores e maiores empresas do Brasil. **Future Studies Research Journal: Trends and Strategies**, v. 11, n. 1, p. 1-24, 2019.

MAAMA, Haruna; APPIAH, Kingsley Opoku. Green accounting practices: lesson from an emerging economy. **Qualitative Research in Financial Markets**, v.11, n. 4, p.456-478, 2019.

MALIK, Mahfuja. Value-enhancing capabilities of CSR: A brief review of contemporary literature. **Journal of Business Ethics**, v. 127, p. 419-438, 2015.

MALLIN, Christine; FARAG, Hisham; OW-YONG, Kean. Corporate social responsibility and financial performance in Islamic banks. **Journal of Economic Behavior & Organization**, v. 103, pS21-S38, 2014.

MARFRIG. [Site institucional]. Disponível em: <https://www.marfrig.com.br/pt/sustentabilidade>. Acessado em: 25/06/2023.

MARFRIG. Relatório de Sustentabilidade 2019. Disponível em: <https://sustentabilidade.marfrig.com.br/assets/Documents/Site/Relatorio%20de%20Sustenta>

[bilidade/2019/Relat%C3%B3rio%20de%20Sustentabilidade%202019.pdf](#). Acessado em: 20 de janeiro de 2021.

MINERVA FOODS. [Site institucional]. Disponível em: <https://minervafoods.com/compromissos-com-asustentabilidade/>. Acessado em: 25/06/2023.

MINERVA. Relatório de Sustentabilidade 2019. Disponível em: https://www.minervafoodsrs.com/2019/wp-content/uploads/2020/08/MIN_RS19.pdf. Acessado em: 20 de janeiro de 2021.

MITCHELL, R. K., B. R. AGLE and D. J. WOOD, 'Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience: Defining the Principle of Who and What Really Counts', **Academy of Management Review**, v. 22, n. 4, p. 853–886, 1997.

MOREL, Claudia Horrany Guimarães Silva et al. Análise da correlação entre o modelo fleuriet e os indicadores de rentabilidade e liquidez para as maiores e melhores empresas de capital aberto segundo a revista exame. **Brazilian Journal of Development**, v. 5, n. 2, p. 1399-1421, 2019.

MUTTAKIN, Mohammad Badrul; KHAN, Arifur; SUBRAMANIAM, Nava. Firm characteristics, board diversity and corporate social responsibility: evidence from Bangladesh. **Pacific accounting review**, 2015.

NYAHAS, Samson Iliya, et al. Stakeholders influence on voluntary disclosure practices by listed companies in Nigeria: An investigation of managers' perception. **International Journal of Law and Management**, 2018.

ODOEMELAM, N; OKAFOR, R. G. The Influence of Corporate Governance on Environmental Disclosure of Listed Non-Financial Firms in Nigeria. **Indonesian journal of sustainability accounting and management (Online)**, v. 2, n. 1, 2018.

OECD/FAO. OECD-FAO Agricultural Outlook 2020-2029, FAO, Rome/OECD Publishing, Paris. 2020

PARENT, Milena M.; DEEPHOUSE, David L. A case study of stakeholder identification and prioritization by managers. **Journal of business ethics**, v. 75, p. 1-23, 2007.

PORTAL G1. Delator diz que JBS deu dinheiro para quase 2 mil candidatos. Portal G1. 19 mai. 2017. Jornal Nacional. Acessado em: 07 de agosto de 2023. Disponível em: <http://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2017/05/delator-diz-que-jbs-deu-dinheiro-para-quase-2-mil-candidatos.html>. 2017.

SANTOS, Amanda Thirza Lima, et al. Aproveitamento da fração orgânica dos resíduos sólidos urbanos para produção de composto orgânico. **Revista Brasileira de Ciências da Amazônia**, v. 3, n. 1, p. 15-28, 2014.

SANTOS, José Alexandre Dos et al. Social and environmental disclosure of the largest companies in Brazil's agribusiness sector. **Social Responsibility Journal**, v. 17, n. 8, p. 1009-1027, 2021.

- SCHMID, Otto; KILCHSPERGER, Rahel. Overview of animal welfare standards and initiatives in selected EU and third countries. **Final Report Deliverable**, v. 1, n. 4, p. 1-260, 2010.
- SHARMA, Umesh; DAVEY, Howard. Voluntary disclosure in the annual reports of Fijian companies. **International Journal of Economics and Accounting**, v. 4, n. 2, p. 184-208, 2013.
- SUCHMAN, M.C. Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. **Acad. Manag. Rev.**, v. 20, p. 571–610, 1995.
- THORNE, Linda; S. MAHONEY, Lois; MANETTI, Giacomo. Motivations for issuing standalone CSR reports: A survey of Canadian firms. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 27, n. 4, p. 686-714, 2014
- TILLING, M.; TILT, C. The edge of legitimacy. Voluntary social and environmental reporting in Rothmans' 1956-1999 annual reports. **Accounting Auditing and Accountability**, v.23, n. 1, p. 55-81, 2010.
- VALOR ECONÔMICO. Crise política brasileira é maior que a econômica, diz Arminio Fraga. Valor Econômico, São Paulo, 22 jun. 2017. Brasil. Acessado em 07 de agosto de 2023. Disponível em: <http://www.valor.com.br/brasil/5014506/crise-politica-brasileira-e-maior-queeconomicadiz-arminio-fraga>. 2017.
- VITHANA, Krishanthi; SOOBAROYEN, Teerooven; NTIM, Collins G. Human resource disclosures in UK corporate annual reports: To what extent do these reflect organisational priorities towards labour? **Journal of Business Ethics**, p. 1-23, 2019.
- ZAINI, Syeliya Md et al. Voluntary disclosure in emerging countries: a literature review. **Journal of Accounting in Emerging Economies**, 2018.
- ZENG, S. X., et al. Factors that drive Chinese listed companies in voluntary disclosure of environmental information. **Journal of Business Ethics**, v. 109, n. 3, p. 309-321, 2012.