

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

SIMONE DE AMORIM FLORIANO

**RESULTADOS ECONÔMICOS X RESPONSABILIDADE SOCIAL: ESTUDO EM
EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE ENERGIA ELÉTRICA**

FLORIANÓPOLIS 6 SC

2008

SIMONE DE AMORIM FLORIANO

**RESULTADOS ECONÔMICOS X RESPONSABILIDADE SOCIAL: ESTUDO EM
EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE ENERGIA ELÉTRICA**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Santa Catarina como um dos requisitos para a obtenção de grau de bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. Darci Schnorrenberger.

FLORIANÓPOLIS-SC

2008

SIMONE DE AMORIM FLORIANO

**RESULTADOS ECONÔMICOS X RESPONSABILIDADE SOCIAL: ESTUDO EM
EMPRESAS DISTRIBUIDORAS DE ENERGIA ELÉTRICA**

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão de curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota final _____ atribuída pela banca examinadora constituída pelo orientador e membros abaixo mencionados.

Florianópolis, SC, ____, _____ de 2008

Professora Valdirene Gasparetto, Dra.
Coordenadora de Monografias do Departamento de Ciências Contábeis

Professores que compuseram a banca examinadora:

Professor Darci Schnorrenberger, Dr.

Orientador

Professora Elisete Dahmer Pfitscher, Dra.

Membro

Professora Fabrícia da Silva Rosa, Msc.

Membro

Dedico este trabalho aos meus pais, Leda e Evaldo, à minha irmã Patrícia e ao meu noivo Fernando.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus pela graça de poder realizar mais esse sonho e que me tem dado força e inspiração em todos os momentos de minha vida.

Agradeço a meus pais, Leda e Evaldo, pela educação, apoio e incentivo, fundamentais para a conclusão desta jornada.

Ao meu orientador, professor Dr. Darci Schnorrenberger, pela paciência e dedicação na condução desta pesquisa.

À minha tia Ana Cláudia, que me motivou a fazer este curso.

Aos meus amigos, que estiveram presentes em todos os momentos. Em especial, para minha amiga Mariana Moreira, com quem sempre posso contar.

Aos professores do Departamento de Ciências Contábeis da UFSC, pelos ensinamentos transmitidos ao longo do curso.

Às professoras, Elisete Dahmer Pfitscher e Valdirene Gasparetto, pelo apoio e motivação.

A todos aqueles que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização desta pesquisa.

A todos, os meus sinceros agradecimentos.

*õHá homens que lutam um dia e são bons.
Há outros que lutam um ano e são melhores.
Há os que lutam muitos anos e são muito bons.
Porém, há os que lutam toda a vida.
Esses são os imprescindíveis.ö*

(Bertolt Brecht)

RESUMO

FLORIANO, Simone de Amorim. **Resultados Econômicos X Responsabilidade Social**: Estudo em Empresas Distribuidoras de Energia Elétrica. 2008. 70 folhas. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) ó Departamento de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

O objetivo deste trabalho foi identificar se há relação entre os resultados econômicos e os investimentos sociais, ou seja, verificar se as empresas que possuem os maiores resultados econômicos, possuem os maiores investimentos, em termos relativos a Receita Operacional Líquida. Este trabalho se caracteriza como uma pesquisa descritiva, e o procedimento para levantar as informações foi documental e bibliográfico. Constatou-se que o tema é bastante emergente, com uma literatura variada e ainda pouco convergente. Os conceitos levantados na pesquisa orientaram a realização da pesquisa. O universo da pesquisa foi composto por 48 empresas de distribuição de energia elétrica brasileiras, conforme site da Abradee. Destas foram selecionadas as empresas com mais de um milhão de consumidores, resultando em 20 empresas. Porém, 3 destas, CEEE, CELG e LIGHT, não foi possível localizar todas as demonstrações. Assim, a amostra ficou composta pelas 17 empresas restantes, que disponibilizaram suas demonstrações dos anos de 2003 a 2007. Os resultados da pesquisa apontam que as empresas que possuem maior retorno econômico, investem menos em Responsabilidade Social, de acordo com suas Receitas Líquidas. Espera-se com este trabalho auxiliar a reflexão sobre a combinação de geração de valor econômico e social.

Palavras-chave: Resultados Econômicos. Investimentos. Responsabilidade Social.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRADEE ó Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica
ADCE - Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas
AES SUL ó Aes Sul Distribuidora Gaúcha de Energia S.A.
AMPLA ó Companhia de Eletricidade do Rio de Janeiro
ANEEL ó Agência Nacional de Energia Elétrica
BANDEIRANTE ó Bandeirante Energia S.A.
BM&FBOVESPA - Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros
BS ó Balanço Social
CEEE ó Companhia Estadual de Energia
CELESC ó Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A.
CELG ó Companhia Energética de Goiás
CELPA ó Centrais Elétricas do Pará S.A.
CELPE ó Companhia Energética de Pernambuco
CEMAR ó Companhia Energética do Maranhão
CEMIG ó Companhia Energética de Minas Gerais
COELBA ó Companhia de Eletricidade do Estado da Bahia
COELCE ó Companhia Energética do Ceará
COPEL ó Companhia Paranaense de Energia
CPFL ó Companhia Paulista de Força e Luz
CVM ó Comissão de Valores Mobiliários
ELEKTRO ó Elektro Eletricidade e Serviços S.A.
ELETROPAULO ó Eletropaulo Metropolitana Eletricidade de São Paulo S.A.
ESCELSA ó Espírito Santo Centrais Elétricas S.A.
FPB ó Folha de Pagamento Bruta
GRI - Global Report Initiative
IDE ó Instituto de Desenvolvimento Empresarial
IBASE ó Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
LIGHT ó Light Serviços de Eletricidade S.A.
NBCT ó Normas Brasileiras de Contabilidade
PIRATININGA ó Companhia Piratininga de Força e Luz
RO ó Resultado Operacional

RGE ó Rio Grande Energia S.A.

ROL ó Receita Operacional Líquida

RSC ó Responsabilidade Social Corporativa

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Aspectos Positivos e Negativos Gerados pelas Empresas	24
Quadro 2: Modelo IBASE ó Base de Cálculo	36
Quadro 3: Modelo IBASE ó Indicadores Sociais Internos	37
Quadro 4: Modelo IBASE ó Indicadores Sociais Externos	37
Quadro 5: Modelo IBASE ó Indicadores Ambientais	38
Quadro 6: Modelo IBASE ó Indicadores do Corpo Funcional	39
Quadro 7: Modelo IBASE ó Informações Relevantes	39
Quadro 8: Modelo IBASE ó Outras Informações.....	40

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Empresas do Universo da Pesquisa	18
Tabela 2: Empresas Pesquisadas	19
Tabela 3: Receitas e Resultados Líquidos das Empresas	41
Tabela 4: Investimentos Sociais das Empresas por Indicadores	43
Tabela 5: Total dos Investimentos Sociais por Empresa	44
Tabela 6: Porcentagem dos Resultados sobre a Receita Líquida	47
Tabela 7: Média Percentual de Investimentos Sociais sobre a Receita Líquida	49
Tabela 8: Comparação dos Resultados Econômicos com Investimentos Sociais	56

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Receitas Líquidas por Empresa.....	42
Gráfico 2: Resultados Líquidos por Empresa.....	43
Gráfico 3: Total de Investimentos Sociais por Empresa.....	45
Gráfico 4: Percentual de Investimentos Sociais por Indicadores	46
Gráfico 5: Porcentagem da ROL que resulta em Resultados Econômicos	48
Gráfico 6: Média Percentual da ROL de Retorno Líquido	49
Gráfico 7: Média Percentual da ROL aplicado em Investimentos Sociais	50
Gráfico 8: Percentual médio da ROL investido em Responsabilidade Social	51
Gráfico 9: Resultado Econômico versus Investimentos Sócio-Ambientais.....	57

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	14
	1.1 TEMA E PROBLEMA	14
	1.2 OBJETIVOS.....	15
	1.2.1 Objetivo Geral	15
	1.2.2 Objetivos Específicos	16
	1.3 JUSTIFICATIVA	16
	1.4 METODOLOGIA.....	17
	1.4.1 Enquadramento Metodológico	17
	1.4.2 Universo e Amostra da Pesquisa.....	18
	1.5 LIMITAÇÕES DO TRABALHO	19
	1.6 ESTRUTURA E DESCRIÇÃO DOS CAPÍTULOS.....	20
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	21
	2.1 CONTABILIDADE.....	21
	2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA	22
	2.3 BALANÇO SOCIAL.....	26
	2.3.1 Conceito.....	26
	2.3.2 Breve Histórico.....	27
	2.3.3 Objetivos e Importância.....	28
	2.3.4 Usuários	30
	2.3.5 Obrigatoriedade	31
	2.3.6 Legislação	32
	2.3.7 Estrutura e Padronização.....	33
	2.3.8 Modelos.....	34
3	APRESENTAÇÃO DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	41
	3.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS OBTIDOS	41
	3.2 EXAME DO CONTEÚDO	46
	3.3 ANÁLISE POR EMPRESA.....	51
	3.4 ANÁLISE COMPARATIVA.....	56
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	58
	4.1 QUANTO À PROBLEMÁTICA	58
	4.2 QUANTO AOS OBJETIVOS.....	59
	4.3 OPINIÃO DA PESQUISADORA.....	60
	4.4 SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS.....	61
	REFERÊNCIAS.....	62
	ANEXOS	66
	ANEXO 1: NBCT 15.....	66
	ANEXO 2: MODELO DO BALANÇO SOCIAL ANUAL DE 2007 DO IBASE.....	70

1 INTRODUÇÃO

A desigualdade social no Brasil é gritante, com esta surgem problemas sociais como violência, miséria, fome. A população sente com a falta de acesso aos serviços sociais básicos. Na atual conjuntura, o principal responsável pelo desenvolvimento social e ambiental é o Governo. Entretanto, a participação de outras entidades torna-se cada vez mais importante para potencializar os resultados.

Neste contexto, as empresas vivem um grande dilema, de um lado são pressionadas pelo capitalismo e pela cobrança de resultados, de outro pela sociedade, buscando atitudes socialmente responsáveis. Conforme Friedman (1984), o principal objetivo da empresa é maximizar seus lucros, e suas responsabilidades sociais são limitadas à legislação. Já Drucker (1997) lidera outra corrente de pensamento, defendendo que as organizações devem assumir responsabilidades perante aos problemas sociais ao seu redor.

Na busca para diminuir esta distância, tem-se dado mais atenção e destaque a vantagem competitiva da responsabilidade social corporativa (RSC). Estas idéias são baseadas no princípio da construção de um círculo onde todos ganham (empresa e sociedade).

Nessa era de grande competitividade, as organizações estão buscando diferenciais e estão encontrando na Responsabilidade Social uma ótima ferramenta. Assim, ela vêm tomando caráter estratégico nas organizações. Estas estão procurando mostrar suas atuações na área social e ambiental elevando, assim, sua reputação e agregando valor. Neto e Froes (2001, p.93) acrescentam que ãa responsabilidade social, assumida de forma consistente e inteligente pela empresa, pode contribuir de forma decisiva para a sustentabilidade e o desempenho empresarial, constituindo-se num forte fator competitivo. Assim, as corporações estão tentando conciliar a obtenção de melhores resultados econômicos com melhorias sociais e ambientais.

1.1 TEMA E PROBLEMA

A inovação tecnológica, competitividade, qualidade, satisfação e exigência do cliente, cuidados com o ambiente são alguns dos fatores que estão fazendo com que as empresas implementem novas ações para sobreviverem, buscando e usando informações tanto no âmbito financeiro, como no social. Elas estão praticando ações socialmente responsáveis,

produzindo, assim, reflexos positivos para todo o seu público e para a sua própria sustentabilidade. Neste sentido, Karkotli (2006, p.45), defende que a responsabilidade social [...] é uma nova estratégia para aumentar o lucro e potencializar o desenvolvimento das empresas.

Assim, a Responsabilidade Social Empresarial vêm ganhando espaço, gradativamente nas estratégias das organizações. Estão ganhando espaço também, nas informações publicadas por elas, empresas. Um dos meios mais comuns são demonstrações contábeis e relatórios da administração.

Entretanto, não se pode exigir que organizações constituídas com finalidade lucrativa venham a tornar a responsabilidade social num dos seus principais objetivos, sem que tenham informações confiáveis sobre esta. Drucker (1996) salienta que a primeira responsabilidade de uma empresa é ter um bom desempenho econômico, pois do contrário não será boa empregadora, cidadã e nem boa vizinha.

Assim, esta pesquisa busca identificar, com base nas informações dos Balanços Sociais e Demonstrações de Resultados publicados pelas empresas da amostra, se existem evidências de que o desempenho econômico (refletido no Resultado Líquido) esteja correlacionado às ações socialmente responsáveis das mesmas.

Diante do exposto, o presente trabalho tem o intuito de responder a seguinte questão o problema: **Há relação entre Resultado Econômico e Investimentos Sociais?**

1.2 OBJETIVOS

Visando responder a questão-problema, o presente estudo desdobra-se em objetivo geral e objetivos específicos, conforme apresentado a seguir.

1.2.1 Objetivo Geral

Analisar se as empresas distribuidoras de energia elétrica que possuem os melhores desempenhos econômicos são as que mais investem em Responsabilidade Social.

1.2.2 Objetivos Específicos

De forma específica, o trabalho busca:

- Investigar aspectos teóricos sobre Responsabilidade Social e Balanço Social;
- Identificar em que indicadores (Internos, Externos ou Ambientais) as empresas investem mais;
- Calcular os resultados das empresas em relação às suas Receitas Operacionais Líquidas;
- Apurar a participação das empresas na Responsabilidade Social de acordo com suas Receitas Operacionais Líquidas;
- Identificar as empresas que possuem maiores retornos; e
- Identificar as empresas que investem mais em Responsabilidade Social.

1.3 JUSTIFICATIVA

A importância do tema responsabilidade social empresarial, na opinião de Esteves (2000), é incontestável, principalmente pelo fato de o Estado não comportar as demandas sociais crescentes. A iniciativa privada está assumindo parte desta responsabilidade, porém está encontrando dificuldades em conciliar esta nova postura com a busca por resultados melhores e o interesse de seus acionistas.

Há muito tempo, as organizações se deparam com decisões estratégicas sobre investimentos em Produção, Vendas, Pesquisa e Desenvolvimento, entre outras, e já possuem ferramentas para auxiliá-las nesta jornada. No entanto, as estratégias no âmbito da responsabilidade social ainda não possuem grandes posicionamentos ligando o conceito e a prática.

Assim, a pesquisa busca identificar se o desempenho econômico das empresas está relacionado com as informações dos balanços sociais das mesmas, isto é, se as variações nos resultados econômicos têm poder explicativo das variações dos investimentos na área social e ambiental.

Considerando a tendência apresentada pela literatura recente, que demonstra a crescente preocupação das empresas com a responsabilidade social, o tema da pesquisa mostra-se relevante. Espera-se que este trabalho possa contribuir para consolidar a atuação

social corporativa e estimular a reflexão sobre a possibilidade de combinar geração de valor econômico e social, e assim assegurar maior sustentabilidade às iniciativas de investimentos nesta área.

1.4 METODOLOGIA

A metodologia consiste numa descrição formal dos métodos e técnicas utilizadas pelo pesquisador na busca das respostas para o problema da pesquisa.

1.4.1 Enquadramento Metodológico

Mediante pesquisa, coleta-se material para a elaboração da monografia. Neste trabalho a pesquisa é do tipo descritiva. Segundo Gil (2007 p. 42) a pesquisa descritiva têm como principal objetivo descrever características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre as variáveis. Dessa forma, a pesquisa procura verificar a relação entre os resultados econômicos obtidos e os investimentos sociais feitos, por meio de um estudo documental, com abordagem do problema de forma quantitativa dos dados.

O procedimento adotado para o levantamento dos dados foi por meio de pesquisa documental e bibliográfica, ou seja, suas fontes de dados são constituídas de materiais como livros, monografias, dissertações, teses, artigos científicos, revistas, sites, etc.

Esta pesquisa pretende analisar, por meio dos dados coletados, se as empresas que possuem maior retorno econômico (lucro líquido) investem mais em responsabilidade social (de acordo com suas receitas líquidas). A análise é realizada da seguinte maneira: primeiramente é verificado quanto, em percentual, as empresas possuem de resultado econômico com relação a suas receitas líquidas, encontrando assim as empresas com maiores resultados. Logo, são calculados os investimentos sociais de cada organização de acordo com sua receita líquida, obtendo informações das que mais investem. E então, passa a ser analisado se as empresas que possuem maior percentual de resultado econômico também possuem maior percentual em investimento social em relação a sua receita líquida. São analisados os dados das empresas nos anos de 2003 a 2007. Vale ressaltar que os indicadores de responsabilidade social analisados estão divididos da seguinte maneira:

- Indicadores Sociais Internos;
- Indicadores Sociais Externos, excluindo do cálculo os Tributos (tendo como base o modelo IBASE, pois estes itens afetam a análise, sendo que quanto maior a receita líquida, maior serão os tributos); e,
- Indicadores Ambientais.

1.4.2 Universo e Amostra da Pesquisa

O universo da pesquisa é constituído por 48 (quarenta e oito) empresas de distribuição de energia elétrica brasileiras, listadas no site da Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica - ABRADDEE. Foram selecionadas as empresas com mais de um milhão de consumidores, resultando em uma amostra de 20 empresas, conforme Tabela 1.

Tabela 1: Empresas do Universo da Pesquisa

EMPRESA	TOTAL DE CONSUMIDORES	SITE
AES SUL	1.100.103	www.aessul.com.br
AMPLA	2.218.080	www.cerj.com.br
BANDEIRANTE	1.400.948	www.bandeirante.com.br
CEEE	1.383.102	www.ceee.com.br
CELESC	2.147.974	www.celesc.com.br
CELG	2.048.249	www.celg.com.br
CELPA	1.498.154	www.celpa.com.br
CELPE	2.678.048	www.celpe.com.br
CEMAR	1.437.832	www.cemar-ma.com.br
CEMIG	6.439.823	www.cemig.com.br
COELBA	3.897.048	www.coelba.com.br
COELCE	2.490.222	www.coelce.com.br
COPEL	3.437.061	www.copel.com
CPFL	3.334.889	www.cpfl.com.br
ELEKTRO	2.005.070	www.elektro.com.br
ELETROPAULO	5.651.696	www.eletropaulo.com.br
ESCELSA	1.100.882	www.eselsa.com.br
LIGHT	3.483.256	www.lightrio.com.br
PIRATININGA	1.286.417	www.cpflpiratininga.com.br
RGE	1.154.946	www.rge-rs.com.br

Fonte: Adaptado da Abradee (2008)

Na busca das demonstrações, três empresas foram excluídas da amostra por não disponibilizar as demonstrações nos sites e nem atenderam a contato. São elas: Companhia Estadual de Energia Elétrica - CEEE, Companhia Energética de Goiás - CELG e Light Serviços de Eletricidade S.A. - LIGHT.

Tabela 2: Empresas Pesquisadas

NÚMERO	EMPRESA	SIGLA
1	AES SUL DISTRIBUIDORA GAÚCHA DE ENERGIA S.A	AES SUL
2	COMPANHIA DE ELETRICIDADE DO RIO DE JANEIRO	AMPLA
3	BANDEIRANTE ENERGIA S.A.	BANDEIRANTE
4	CENTRAIS ELÉTRICAS DE SANTA CATARINA S.A.	CELESC
5	CENTRAIS ELÉTRICAS DO PARÁ S.A.	CELPA
6	COMPANHIA ENERGÉTICA DE PERNAMBUCO	CELPE
7	COMPANHIA ENERGÉTICA DO MARANHÃO	CEMAR
8	COMPANHIA ENERGÉTICA DE MINAS GERAIS	CEMIG
9	COMPANHIA DE ELETRICIDADE DO ESTADO DA BAHIA	COELBA
10	COMPANHIA ENERGÉTICA DO CEARÁ	COELCE
11	COMPANHIA PARANAENSE DE ENERGIA	COPEL
12	COMPANHIA PAULISTA DE FORÇA E LUZ	CPFL
13	ELEKTRO ELETRICIDADE E SERVIÇOS S.A.	ELEKTRO
14	ELETROPAULO METROPOLITANA ELETRICIDADE DE SÃO PAULO S.A.	ELETROPAULO
15	ESPÍRITO SANTO CENTRAIS ELÉTRICAS S.A.	ESCELSA
16	COMPANHIA PIRATININGA DE FORÇA E LUZ	PIRATININGA
17	RIO GRANDE ENERGIA S.A.	RGE

Fonte: Dados da Pesquisa

Assim, a amostra deste trabalho é constituída pelas 17 (dezesete) empresas restantes, conforme a Tabela 2. Os Balanços Sociais e Demonstrações de Resultado de 2003 a 2007 foram encontrados nos sites das empresas e no da Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros - BM&FBovespa. Então, assim foi constituída a amostra efetivamente pesquisada.

1.5 LIMITAÇÕES DO TRABALHO

De um universo de 48 empresas, apenas 17 foram efetivamente pesquisadas, conforme explicado no item 1.4.2 deste trabalho. Sendo assim, as conclusões são válidas apenas para este grupo de empresas.

Outro ponto a destacar, se refere a não obrigatoriedade da confecção e publicação do Balanço Social. E a veracidade das informações divulgadas por meio dos Balanços Sociais e das Demonstrações de Resultados é de inteira responsabilidade de cada entidade.

A fonte dos dados ficou limitada aos sites das empresas e ao da BM&FBovespa.

Apesar do Balanço Social possuir mais dados, para efeito deste trabalho serão enfocados apenas valores investidos nos quatro primeiros itens do modelo IBASE.

1.6 ESTRUTURA E DESCRIÇÃO DOS CAPÍTULOS

A fim de apresentar este trabalho de forma organizada, o mesmo foi estruturado em quatro capítulos. O primeiro apresenta as considerações iniciais sobre o assunto, o tema a ser estudado e o problema de pesquisa. Em seguida são identificados os objetivos, geral e específicos, a justificativa do trabalho, a metodologia adotada, as limitações do trabalho e a estrutura e descrição dos capítulos.

O segundo capítulo apresenta a fundamentação teórica que sustenta a pesquisa, abordando a Responsabilidade Social e o Balanço Social (conceitos, breve histórico, objetivos e importância, usuários, obrigatoriedade, legislação, estrutura e modelos).

O terceiro capítulo traz a apresentação dos dados e a discussão dos resultados, ou seja, análise e interpretação das informações. Inicia-se o capítulo com a Apresentação dos Dados Obtidos, em seguida têm-se as análises e por fim a discussão dos resultados.

Por fim, no quarto capítulo são apresentadas as Considerações Finais e as Sugestões para Futuros Trabalhos.

Na seqüência, são apresentadas as Referências e os Anexos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo apresenta-se o referencial teórico que sustenta a pesquisa. Inicia-se o capítulo abordando, sucintamente, o tema Contabilidade. Em seguida, serão apresentados aspectos teóricos sobre Balanço Social e Responsabilidade Social.

2.1 CONTABILIDADE

A Contabilidade busca fornecer informações econômicas e financeiras sobre o patrimônio, auxiliando na tomada de decisões.

De acordo com Kroetz (2000, p.21),

A Contabilidade é uma ciência social que estuda a riqueza patrimonial individualizada, sob os aspectos quantitativos e qualitativos, tendo como objetivos a geração de informações e a explicação dos fenômenos patrimoniais, possibilitando o controle, a análise, a avaliação, o planejamento e a tomada de decisão, no enfoque passado/ presente/ futuro. Tudo isso servindo aos mais diversos usuários, para que eles possam, por meio de seus atos, buscar a prosperidade da entidade e da sociedade.

A finalidade da contabilidade é registrar, controlar e demonstrar os fatos ocorridos no patrimônio, objetivando fornecer informações sobre sua composição e variações, bem como sobre o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza patrimonial.

As demonstrações são os instrumentos utilizados para evidenciar a situação da empresa em determinado período. Algumas são obrigatórias e outras facultativas:

Obrigatórias:

- Balanço Patrimonial
- Demonstração do Resultado do Exercício
- Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido
- Demonstração do Fluxo de Caixa
- Relatório da Administração
- Notas Explicativas
- Demonstração de Valor Adicionado

Facultativas:

- EBTIDA
- Balanço Social

- Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados
- Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos

Neste capítulo aborda-se uma delas, o Balanço Social (BS). Para tanto, inicia-se a discussão sobre Responsabilidade Social Corporativa.

2.2 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

A questão da responsabilidade social corporativa (RSC) não é um tema muito recente, e tem sido alvo de análises no mundo empresarial. O compromisso com as causas sociais está sendo incorporado aos modelos de gestão e se tornando estratégia empreendedora.

Conforme Cappellin et al (2001, p.33):

Ventos novos sopram no mundo dos negócios. Na busca de eficiência e excelência empresarial, parece já não ser satisfatória a tradicional alquimia do cálculo custo-benefício com o aumento da produtividade e a ampliação das vendas no mercado. Os critérios de avaliação do sucesso começam a incorporar dimensões que vão além da organização econômica e que dizem respeito à vida social, cultural e à preservação ambiental.

A importância que a Responsabilidade Social Empresarial tem adquirido nos últimos anos faz com que sejam desenvolvidos estudos a respeito do tema. As empresas estão enfrentando novos desafios: exigências dos consumidores e sociedade, legislação e regras que exigem mais ética e responsabilidade social. Estão buscando um equilíbrio entre a lucratividade e o bem-estar social.

O tema ainda não tem seus limites e definições consolidados, surgindo várias opiniões, como demonstrado a seguir.

Para Karkotli (2006, p.44), Responsabilidade Social Corporativa é: õ[...] toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade, possibilitando que as organizações demonstrem toda sua preocupação por meio de significativos projetos sociaisö.

Para Neto e Froes (1999) é pensar o papel das empresas como agentes sociais proativos no processo de desenvolvimento social, econômico e ambiental, sendo estas responsáveis pelo bem estar de seus colaboradores, do meio ambiente, do homem e da valorização de sua cultura.

Responsabilidade Social é uma forma de conduzir os negócios de uma organização de tal forma que a torne parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social. Existem dois

pontos de vista a respeito da Responsabilidade Social das entidades: o Clássico e o Socioeconômico. O clássico é defendido pelo famoso economista norte-americano, Milton Friedman, que defende que as organizações devem gerar retorno para seus acionistas. Os defensores desta concepção são chamados de fundamentalistas, onde seus argumentos são contrários ao da Responsabilidade Social e baseiam-se nas seguintes premissas:

- Aumento dos lucros;
- Custos mais baixos;
- Não diluição do propósito do negócio; e
- Oferta da contabilidade para o público.

Na visão Socioeconômica, Chiavenato (1999, p.122) assegura que “[...] uma organização deve estar ligada ao bem estar social, e não apenas aos seus lucros. Ou seja, para o autor, as organizações devem preocupar-se com o fator humano em geral, pois a sociedade estando satisfeita o retorno econômico é consequência. Devem assumir um compromisso social que contribua para o bem-estar da sociedade e do meio ambiente. Essa concepção mais ampla de Responsabilidade Social é defendida também, por Paul Samuelson, outro economista famoso, e de acordo com ele, a Responsabilidade Social representa:

- Lucros de longo prazo;
- Melhor imagem;
- Melhor ambiente para todos; e
- Maiores obrigações sociais.

Segundo Ferrel (2001, p.69), há quatro tipos de responsabilidade social, os quais resultam em condutas específicas: a legal, a ética, a econômica e a filantrópica. A união dos quatro tipos resulta em uma Responsabilidade Social mais ampla. Para o autor a dimensão legal é o alicerce de todas as atividades da empresa. São as leis, regulamentos que o governo cria para estabelecer padrões mínimos de comportamento responsável.

A dimensão ética, de acordo com Reis e Medeiros (2007, p.16), é o segundo degrau da responsabilidade social e está relacionada aos valores e princípios morais dos indivíduos que dela fazem parte, em relação a políticas e condutas adotadas que visem respeitar e proteger os direitos dos grupos de interesse da empresa.

A dimensão econômica, para Reis e Medeiros (2007, p.16), é o terceiro degrau da responsabilidade social e está diretamente relacionada ao impacto das decisões tomadas pelos acionistas, que têm o poder financeiro sobre a administração da empresa. Demonstra o

comportamento da empresa em relação à tecnologia, à questões relacionadas ao meio ambiente, empregados e seu público, entre outros.

A dimensão filantrópica, para Ferrel (2001, p.83), òdiz respeito às contribuições das empresas à sociedade, que espera que elas contribuam para sua qualidade de vida e bem-estarö. Esta engloba prestação de serviços comunitários, patrocínios, donativos para obras de caridade, entre outros.

Assim, numa sociedade globalizada e com tantas desigualdades sociais, não é possível uma organização ter como objetivo, apenas, o desempenho econômico. Esta pode ser sua primeira responsabilidade, mas não a única. Camargo (2002, p.92) em complementação afirma:

Responsabilidade Social Corporativa refere-se às estratégias de sustentabilidade a longo prazo das empresas que, em sua lógica de desempenho e lucro, passam a contemplar a preocupação com os efeitos sociais e/ou ambientais de suas atividades, com o objetivo de contribuir para o bem comum e para a melhora da qualidade de vida das comunidades.

Para Maximiano (2004, p.407), a responsabilidade social ò[...] baseia-se na premissa de que as organizações são instituições sociais que existem com autorização da sociedade, utilizam os recursos da sociedade e afetam a qualidade de vida da sociedadeö. Assim, as empresas estão contribuindo com ações socialmente responsáveis, buscando equilibrar os benefícios e prejuízos decorrentes de sua atuação. O autor apresenta um quadro que demonstra os benefício e prejuízos gerados pela atuação das empresas à sociedade:

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS
<ul style="list-style-type: none"> • Emprego e pagamento de salários. • Geração de riquezas e distribuição de lucros. • Fornecimento de produtos e serviços. • Criação de padrões de qualidade. • Produção de conhecimento e tecnologia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Despejo de resíduos. • Esgotamento de recursos naturais. • Exploração de pessoas.

Quadro 1: Aspectos Positivos e Negativos Gerados pelas Empresas

Fonte: Adaptado de Maximiano (2004, p. 408)

De acordo com Neto e Froes (1999), as empresas consomem recursos naturais de propriedade da humanidade, consomem capitais financeiros e tecnológicos, usam a capacidade de trabalho de pessoas físicas, integrantes da sociedade. A responsabilidade social é uma forma de prestação de contas do seu desempenho em prol da sociedade, baseada na apropriação e uso de recursos que não lhe pertencem.

Além da prestação de contas à sociedade, com a crescente competição no mercado, a responsabilidade social acabou se tornando um diferencial bastante significativo, um instrumento estratégico. Os beneficiados serão os diversos públicos com os quais a organização interage e ela mesma. Segundo Perottoni (2002, p.52):

A empresa vai obtendo o reconhecimento da sociedade à medida que passa a ser mais atuante em investimentos no social, tornando-se preocupada com os problemas da comunidade, buscando soluções, mudando a sua imagem e assumindo a posição de empresa-cidadã. Assim, seus produtos, serviços e sua imagem adquirem força e tornam-se mais conhecidos, ganhando maior espaço na comunidade, com funcionários, fornecedores, acionistas e governo. Os próprios concorrentes passam a reconhecer e respeitar o seu valor. Tudo isto é fruto do uso da cidadania empresarial como vantagem competitiva.

Para Neto e Froes (1999, p.96), os principais benefícios decorrentes da responsabilidade social para as empresas são:

- ganhos de imagem corporativa;
- popularidade dos seus dirigentes, que se sobressaem como verdadeiros líderes empresariais com elevado senso de responsabilidade social;
- maior apoio, motivação, lealdade, confiança, e melhor desempenho dos seus funcionários e parceiros;
- melhor relacionamento com o governo;
- maior disposição dos fornecedores, distribuidores, representantes em realizar parcerias com a empresa;
- maiores vantagens competitivas (marca mais forte e mais conhecida, produtos mais conhecidos);
- maior fidelidade dos clientes atuais e possibilidades de conquista de novos clientes.

Então, a inclusão da responsabilidade social na gestão dos negócios traz reflexos positivos para todos que com ela interagem, além de contribuir para a sustentabilidade da própria empresa. Porém, cabe ressaltar que uma das grandes dificuldades na implementação de ações sociais nas empresas é mensurar resultados.

Sendo assim, dentro deste leque de conceituações, opiniões e divergências, a RSC representa um novo tipo de relacionamento entre organização e sociedade, onde são compartilhados valores e objetivos. É necessário que as empresas se preocupem com a sociedade onde estão inseridas, pois estão em constante interação e dependem desta para sua continuidade. A responsabilidade social pode ser um aliado da gestão empresarial, onde o instrumento utilizado pela contabilidade para demonstrar sua prática é o Balanço Social, contribuindo para a avaliação do compromisso e transparência das empresas.

Tachizawa (2004) afirma que a responsabilidade social corporativa deve enfatizar o impacto das atividades empresariais para os agentes com os quais interagem, deve expressar compromisso com a adoção e difusão de valores, conduta e procedimentos que induzam e

estimulem o contínuo aperfeiçoamento dos processos empresariais, para que também resultem em preservação e melhoria da qualidade de vida da sociedade do ponto de vista ético, social e ambiental.

2.3 BALANÇO SOCIAL

Toda organização, além de suas responsabilidades econômicas, tem também suas responsabilidades sociais, relacionadas com a promoção do bem-estar e desenvolvimento da sociedade em geral. O exercício destas pode variar desde o mínimo cumprimento das leis, até a incorporação destas em seus valores e estratégias.

Neste contexto, a Contabilidade oferece à sociedade um demonstrativo chamado Balanço Social, que é um instrumento pelo qual a empresa demonstra informações, qualitativas e quantitativas, relacionadas ao desempenho de sua responsabilidade social. Esta parte do trabalho apresenta aspectos teóricos do Balanço Social, como: Conceito, Breve Histórico, Objetivos e Importância, Usuários, Obrigatoriedade, Legislação, Estrutura e Padronização e Modelos.

2.3.1 Conceito

Para divulgar suas interações com a sociedade, algumas empresas produzem e divulgam um demonstrativo denominado, Balanço Social. A sociedade tem neste instrumento uma prestação de contas, onde pode acompanhar e avaliar as virtudes e fraquezas da organização. Em complemento, Garcia et al (2002) dispõe que através deste, a empresa mostra se os benefícios que ela proporciona à sociedade compensam os recursos por ela utilizados. Mas o que vem a ser o BS?

Em um estudo pioneiro, Tinoco (1984, p.108) define balanço social como:

um instrumento de gestão e de informação que visa reportar da forma mais transparente possível, vale dizer evidenciação plena ó full disclosure ó informações econômicas, financeiras e sociais do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários da informação, dentre estes usuários os trabalhadores.

Com este instrumento é possível verificar as relações da empresa com os empregados,

com a comunidade e com o meio ambiente. É, portanto, um registro do perfil social da empresa.

De acordo com Rioli (1997, p. 2-2)

O balanço social surge como um instrumento de comunicação de responsabilidade empresarial, constituindo um conjunto de informações de natureza econômica, social, laboral e ambiental pelo qual se avalia o desempenho da empresa na comunidade na qual está inserida e com a qual interage. Transcende, assim, da tradicional avaliação de natureza econômico-financeira, passando a medir o nível de respeito e comprometimento das empresas com o seu meio social.

Neto e Froes (1999) afirmam que o Balanço Social é uma expressão evidente da cidadania empresarial. É uma prestação de contas à comunidade, onde a empresa divulga seus investimentos na área social e ambiental. Sua utilização demonstra a conscientização da organização para as necessidades sociais, levando a uma gestão mais cidadã.

Observa-se que os diferentes autores enfatizam o Balanço Social como um instrumento capaz de demonstrar as ações das organizações no campo social e ambiental, permitindo uma avaliação sobre a atuação da empresa pela comunidade. O Balanço Social é um documento confeccionado e publicado anualmente, contendo informações sobre as atividades desenvolvidas em promoção humana e social. Esta ferramenta tem a capacidade de evidenciar a preocupação da organização com a sociedade em geral.

É inegável o valor informativo do BS para toda a sociedade, pois reflete a conscientização da entidade quanto à sua Responsabilidade Social. Sua função principal é tornar pública a Responsabilidade Social Empresarial, construindo maiores vínculos entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente.

Para Kroetz (2000), o BS é considerado uma ferramenta gerencial, que contém dados qualitativos e quantitativos sobre as políticas e relações da entidade, os quais poderão ser analisados de acordo com as necessidades dos usuários. É, ainda, um instrumento de auxílio na tomada de decisões e na adoção de estratégias.

A partir de algumas conceituações do balanço social, pode-se constatar que é uma forma de demonstrar a seus diversos usuários, dentre eles a sociedade, como as empresas praticam sua Responsabilidade Social, trazendo benefícios para a sociedade e para a sustentabilidade da organização.

2.3.2 Breve Histórico

O balanço social é resultado das pressões sociais que buscavam maior transparência e

ética das organizações. Segundo Torres (1999) na França começou a se verificar uma preocupação de caráter social das empresas, em 1955. Em julho de 1977, foi promulgada a lei nº 77.769, que tornou obrigatório a confecção do balanço social para empresas com mais de 700 empregados.

A lei francesa possui inquestionáveis méritos. Esta reconheceu pela primeira vez de forma institucional a importância da informação social (TINOCO, 2001). Segundo Kroetz (2000, p.57):

Na América Latina, o Balanço Social aparece mesclando a experiência americana/européia, e busca um modelo de humanizar a empresa e de criar propostas participativas no sentido de desenvolver focos de democracia possíveis, numa época em que a quase totalidade dos países latino-americanos vivia sob regimes fechados e autoritários.

No Brasil, conforme Perottoni (2002), em São Paulo, a Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE) foi quem deu início ao movimento voltado ao Balanço Social, a partir do ano de 1961, quando se pronunciaram, em suas reuniões, a respeito da responsabilidade dos empresários em questões sociais. O IDE é Instituto de Desenvolvimento Empresarial, que é uma entidade criada a partir da ADCE, também desenvolveu trabalhos sobre o Balanço Social. Porém, a primeira publicação só se deu em 1984 pela empresa baiana Nitrofertil.

Conforme Reis e Medeiros (2007), a discussão sobre o BS se tornou abrangente a partir das manifestações do sociólogo, Herbert de Souza, em parceria com o Instituto Brasileiro de Análises Sociais (IBASE). Desse modo, a partir dos anos 90, as empresas brasileiras começaram a divulgar sistematicamente suas ações em prol da sociedade.

Assim, de acordo com Tinoco (1984), o BS surgiu para atender à necessidade de informação dos usuários da contabilidade na área social, para se avaliar as relações ocorridas entre o resultado econômico da empresa e a sociedade, demonstrando de forma transparente, informações econômicas, financeiras e sociais da entidade.

2.3.3 Objetivos e Importância

O objetivo primordial do Balanço Social é evidenciar o resultado das ações da empresa em prol da sociedade, dando enfoques nas áreas de recursos humanos, ambiental e social. É uma demonstração para a sociedade como um todo. Para Sucupira (2001, p.124):

Balanço Social é um documento publicado anualmente, reunindo um conjunto de informações sobre atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção

humana e social, dirigidas a seus empregados e à comunidade na qual está inserida. Nesse sentido, é um instrumento valioso para medir o desempenho do exercício da *responsabilidade* social em seus empreendimentos. É um indicador cristalino da forma como ela é administrada. Por meio dele, a empresa mostra o que faz por seus empregados, dependentes e pela população que recebe sua influência direta.

Com o balanço social a empresa poderá verificar o desenvolvimento de suas atividades na área de recursos humanos e medir sua atuação em programas sociais (GONÇALVES, 1980).

Para Rizzi (2002), através do Balanço Social é possível verificar a política de gestão de responsabilidade social adotada e suas implicações no processo produtivo, bem como analisar a saúde financeira da empresa, levando em conta a tendência de sua linha de atuação social e ambiental.

O balanço social agrega valor e traz um diferencial para a empresa, neste mercado competitivo. Porém, deve ser confeccionado, antes de mais nada, por ser ético e sócio-responsável. O BS tem como objetivos principais, de acordo com Kroetz (2000):

- Oferecer dados confiáveis para a tomada de decisões dos diversos usuários;
- Servir como instrumento nas negociações laborais entre a empresa e representantes dos funcionários; e,
- Abranger as interações entre clientes, fornecedores, associações, governo, acionistas, investidores e outros, aumentando o grau de confiança.

É capaz de aperfeiçoar o planejamento da empresa e atrair a atenção e simpatia da comunidade. Sua divulgação revela aspectos da cultura da empresa, e demonstra o interesse da empresa em estabelecer um diálogo com a sociedade (CAPPELLIN E GIULIANI, 1999).

Segundo o IBASE, as vantagens de se elaborar e publicar um balanço social são:

- é ético;
- agrega valor;
- diminui os riscos da empresa, nesse mercado competitivo;
- moderno instrumento de gestão;
- instrumento de avaliação; e,
- inovador e transformador.

A publicação do balanço social é muito importante, pois de modo geral, amplia a comunicação da empresa com a sociedade e fortalece suas relações.

2.3.4 Usuários

A contabilidade tem a finalidade de fornecer informações aos seus diferentes usuários, e estas os ajudarão nas tomadas de decisões. As informações requeridas e os usuários estão mudando, assim a contabilidade precisa de novas ferramentas para poder atender seus usuários internos e externos.

Seus usuários vêm procurando práticas socialmente responsáveis das empresas. Surge, então, a necessidade de se ter um instrumento que evidencie as informações referentes à Responsabilidade Social das empresas de forma ética e clara, o balanço social. De acordo com Tinoco (2001, p.34), o Balanço Social destina-se a vários usuários, dos quais se destacam:

- grupos cujos membros de uma forma pessoal e direta trabalham para a empresa os trabalhadores;
- grupos que se relacionam com a empresa ó os clientes, pois de sua confiança vive a empresa;
- acionistas que aportam recursos a empresas;
- sindicatos dos trabalhadores;
- instituições financeiras, fornecedores e credores;
- autoridades fiscais, monetárias e trabalhistas, o Estado;
- comunidade local; e,
- pesquisadores, professores, todos os formadores de opinião.

As informações devem ser elaboradas de forma ética e clara para que seus usuários tenham um bom entendimento. Segundo Kroetz (2000), as informações procuradas pelos diversos usuários são as seguintes:

- a) Para os trabalhadores, as informações contidas no Balanço Social podem proporcionar subsídios para negociações com a categoria patronal, podem conhecer as atitudes em favor do quadro de funcionários, o perfil dos funcionários, além de revelar a influência que a entidade exerce sobre a sociedade;
- b) Aos acionistas oferece dados complementares às demonstrações contábeis e financeiras, registro de ações na área social e ecológica, garantindo maior clareza em investimentos futuros;
- c) Para os diretores/administradores, o Balanço Social permite identificar tendências e oportunidades internas e externas, contribuindo para o controle, planejamento e tomada de decisão;

- d) Aos fornecedores, informa as políticas adotadas na área social e ecológica, aumentando o grau confiabilidade para com a empresa;
- e) Os clientes terão oportunidade de conhecer as políticas das entidades, suas ações em prol do ambiente social e ecológico, sua relação com os funcionários, possibilitando ao cliente, maior tranquilidade na escolha do produto/serviço;
- f) A sociedade pode ficar a par dos acontecimentos, favoráveis e desfavoráveis, interno e externo, decorrente das atividades desenvolvidas pelas empresas;
- g) Para o Governo, apresenta várias informações confiáveis, por segmento social, por atividade, por região, possibilitando a criação de um banco de dados. O Balanço Social apoiará o planejamento estratégico e a tomada de decisão, além de conhecer os tributos recolhidos;
- h) Com vários balanços sociais, os estudiosos terão um grande banco de dados, podendo desenvolver pesquisas. Os concorrentes estarão atentos às informações do balanço social para investigar a vida da entidade divulgadora. Observarão novas tendências, distribuição de mercado, ações de responsabilidade social e ambiental;
- i) Os sindicatos usarão as informações vindas do Balanço Social para ajudar no processo de negociação com a classe empresarial.

O balanço social favorece a todos os usuários que interagem com a empresa. É uma excelente ferramenta estratégica e pode desempenhar diversas funções e finalidades, entretanto, o mais importante é o exercício da responsabilidade social pela organização.

2.3.5 Obrigatoriedade

Há muitas controvérsias em relação à sua obrigatoriedade. Alguns acreditam que ela faria com que as empresas se comprometessem mais com a Responsabilidade Social. Outros acreditam que as organizações devem apresentar seus balanços sociais de forma espontânea, realizando uma Responsabilidade Social de forma consciente e não obrigada.

Para Perotoni (2002) tornar obrigatória a publicação das atividades sociais das empresas vai contra um princípio tão importante para o sucesso nesta área, a liberdade. A obrigatoriedade inibirá iniciativas, levando as organizações a informarem somente o estritamente exigido.

Conforme Voigt (2001, p. F2),

O grande mérito da ação comunitária e social das organizações empresariais é o seu caráter facultativo. Decorre do compromisso ético da empresa. Tornar a publicação uma obrigatoriedade significa retirar a essência da contribuição que vem dando, no Brasil, para o avanço de projetos e de políticas públicas, além da relevância que está tomando a ação no atendimento de demandas sociais. Assumir compromissos com os problemas do país é hoje um elemento de diferenciação e competitividade, efetivo impulsionador das mudanças éticas no mercado. Bastará torná-los uma obrigação legal para misturar culturas organizacionais comprometidas com os valores da cidadania, de garantias de direitos sociais básicos, a uma massa de ações assistencialistas ou meramente de imagem institucional.

Para Lima (2001) obrigar uma ação, que seria fruto de uma atitude espontânea, não faz sentido. As empresas não são obrigadas a usar suas receitas em investimentos sociais, então um ato voluntário não deve gerar instrumentos obrigatórios.

Alguns entendem ser necessária a criação de uma lei, para tornar obrigatória a publicação do balanço social. Porém, a grande maioria dos empresários não concorda, cada entidade deve prestar contas para com a sociedade de forma espontânea (KROETZ, 2000).

Conforme Perottoni (2002), a divulgação do balanço social está muito desenvolvida em alguns países, como os Estados Unidos, Alemanha, Holanda, Inglaterra e Bélgica, mesmo não possuindo legislação que obrigue sua publicação. O que motivou e vem motivando as empresas a informarem suas políticas sociais, são os resultados obtidos com a publicação. Para o autor, a adesão a divulgação das atitudes sociais por meio do balanço social está cada vez maior. Outras empresas deverão fazer o mesmo, não por imposição de lei, mas por exigência da sociedade. A obrigatoriedade social será superior a obrigatoriedade legal.

2.3.6 Legislação

Na esfera federal, a primeira iniciativa de tornar obrigatória a publicação do balanço social foi no ano de 1997, pelas deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra StaRöling. Elas apresentaram o projeto lei 3.116/97. Por este projeto, todas as empresas públicas e privadas (com mais de cem colaboradores) seriam obrigadas a publicar seus balanços sociais. O projeto foi arquivado sem tramitar e nem ter sido votado.

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) apresentou, em 1997, uma proposta de inclusão do balanço social nas demonstrações financeiras das empresas. A proposta não foi adiante.

Em 1999, o deputado Paulo Rocha, do Partido dos Trabalhadores, do Estado do Pará, apresentou o projeto 32/99, basicamente igual ao 3.116/97.

Em Santa Catarina, há a lei nº 12.918, de 23/01/04 do deputado João Paulo

Kleinubing. Esta lei instituiu o certificado de Responsabilidade Social para empresas catarinenses que publicarem os seus Balanços Sociais.

Em 19/08/04 foi aprovada a Norma Brasileira de Contabilidade 15 - NBCT 15, esta entrou em vigor no dia 01/01/06. Esta norma estabelece procedimentos para a evidenciação das informações de natureza social e ambiental.

Ainda no Brasil, existem muitas indagações a respeito da obrigatoriedade de sua elaboração e as empresas têm o argumento de que o papel social é função do governo. Ainda assim, muitas empresas vêm publicando este demonstrativo, tendo ou não legislação que regulamente.

2.3.7 Estrutura e Padronização

O BS é um instrumento gerencial de identificação de problemas e oportunidades e logo, de apoio à administração, demonstrando investimentos e influências das entidades na promoção social e ambiental (REIS e MEDEIROS, 2007). Para Serra Negra (2000), a padronização deste é vista com parcimônia, pois assim como pode favorecer a comparabilidade das informações, por outro lado acaba limitando a criatividade e o alcance das informações que deveriam ser prestadas.

Para Perottoni (2002) é necessário haver uma padronização na elaboração do balanço social, é preciso estabelecer mínimas informações a serem divulgadas e que estas sejam efetivamente relevantes tanto para o público externos como para o público interno.

Segundo o IBASE, o Balanço Social deveria ser realizado em um modelo único e simples, pois tal simplicidade seria a responsável pelo comprometimento do maior número possível de empresas. O IBASE desenvolveu um modelo que possibilita qualquer tipo de organização utilizá-lo, independente do tipo e tamanho desta.

Alguns autores como Serra Negra (2000) defendem a idéia da padronização parcial do balanço social. A padronização deveria ser imposta para itens econômico-financeiros que permitiriam uma base para comparações, e ser livre para informações típicas de cada empresa, setor, levando em conta o tipo de empresa.

De acordo com Kroetz (2000, p.108), apesar de o Balanço Social não possuir um modelo padrão, as informações contidas devem seguir alguns princípios, como:

- pertinência* - a informação deve ser relevante, clara e concisa, devendo refletir a realidade;
- objetividade* - a informação deve ser factual, não distorcida (fidelidade),

expressando os fatos de uma forma independente, relativamente aos juízos pessoais de quem a prepara (neutralidade);
continuidade - as práticas de coleta, registro e demonstração devem manter-se de um período para o outro. A falta de continuidade diminui a comparabilidade dos dados e pode ocultar certa manipulação da informação;
uniformidade ou consistência - a informação deve permitir comparações, usando dados de anos anteriores, normas e valores médios de cada setor e/ou outros valores representativos publicados por organismos nacionais e internacionais etc. A comparabilidade supõe certo grau de padronização, e, em casos de alteração dos procedimentos, deve ser explicada em notas específicas;
certificação - a informação deve ser susceptível de ser confirmada e certificada por uma entidade independente da organização e dos destinatários da informação.

Apesar da discussão, muitas organizações vêm assumindo suas responsabilidades sociais perante a sociedade, e demonstrando suas ações, projetos, valores referentes às questões sociais. O balanço social ainda não é obrigatório e nem possui um padrão, fazendo surgirem diversos modelos.

2.3.8 Modelos

O balanço social deve evidenciar, de forma clara, a participação da empresa no processo de evolução social (KROETZ, 2000). Porém, o modelo de balanço social adequado e os critérios que devem fazer parte desta demonstração ainda são questionados.

De acordo com Sucupira (2001), é preciso construir um modelo composto de indicadores simples e de natureza quantitativa. Com a simplicidade haverá menor resistência, ocorrendo uma maior adesão por parte das empresas.

É necessário um modelo único que seja simples e objetivo, para que ao longo dos anos possa se fazer análises no desempenho da empresa na área social e, ou até mesmo fazer comparações entre diferentes organizações. Hoje, no Brasil, existem vários modelos de balanços sociais utilizados pelas empresas brasileiras, como: o do IBASE, *Global Report Initiative* (GRI), e o da Ethos. As empresas do setor elétrico adotaram o modelo IBASE, conforme as instruções da Agência Nacional de Energia Elétrica - ANEEL.

MODELO GRI

Criado em 1997, é um modelo de balanço social que tem por objetivo, fazer com que os relatórios de desempenho ambiental, social e econômico de qualquer organização se tornem periódicos e comparáveis.

De acordo com Custódio e Moya (2007), a estrutura dos relatórios da GRI, atualmente chamada de G3, é baseada em princípios, organizações e diretrizes para definir o conteúdo dos relatórios. Estes possuem indicadores de desempenho e outros itens de divulgação, que orientam e padronizam as informações que devem estar presentes nos itens descritivos, para dar mais clareza ao relatório da empresa.

Além dos elementos comuns de quaisquer relatórios, sua estrutura também conta com suplementos setoriais, e em breve contará também com anexos nacionais, que complementam as informações do relatório.

MODELO ETHOS

O Instituto Ethos é uma organização não-governamental criada com o objetivo de sensibilizar o meio empresarial para a Responsabilidade Social através de padrões éticos de relacionamento com seus stakeholders.

Seu modelo é baseado num relato dos princípios e ações das empresas, englobando fatores como: valores, transparência, governança, comunidade, público interno, entre outros. Além da parte quantitativa, o modelo sugere um detalhamento maior do contexto das tomadas de decisão em relação aos problemas e aos resultados obtidos.

Modelo IBASE

Com o intuito de tornar pública as ações sociais das empresas e contribuir para espalhar a idéia da responsabilidade social o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - IBASE, em 1997, junto com empresas públicas e privadas, desenvolveu um modelo de balanço social que incentivou e incentiva as empresas a publicarem suas ações. O modelo foi desenvolvido depois de uma ótima campanha realizada sob a direção do Herbert de Souza, e que tinha como tema, a Fome e Miséria em 1996.

Em 1998, para incentivar a participação de um número maior de empresas, o IBASE lançou o selo Balanço Social IBASE/Betinho, dado no ano às empresas que publicam seu balanço social no modelo IBASE, e este pode ser utilizado em todos os documentos fiscais.

Através de parcerias e eventos, os balanços sociais passaram a fazer parte da realidade de um numero cada vez maior de organizações.

O IBASE defende a idéia de se confeccionar o balanço social em um modelo único e simples, pois assim haverá um número maior de empresas comprometidas. O modelo proposto possui dados mensurados em valores financeiros ou de forma quantitativa,

auxiliando análises comparativas na própria empresa ao longo do tempo ou entre diferentes empresas.

Este modelo permite sua utilização por qualquer tipo de organização, não dependendo do segmento ou tamanho. É considerado o mais objetivo, pois além de obter uma estrutura padrão, possui valores e indicadores na mesma estrutura.

De acordo com Torres (2001, p. 26), esse modelo tem quatro particularidades:

- a) foi criado com base na iniciativa de uma ONG, que cobra transparência e efetividade nas ações sociais e ambientais das empresas;
- b) separa as ações e benefícios obrigatórios, dos realizados de forma voluntária pelas empresas;
- c) é basicamente quantitativo; e
- d) se for corretamente preenchido, pode permitir a comparação entre diferentes empresas e uma avaliação de uma mesma corporação, ao longo dos anos.

Há 10 anos, o IBASE defendia a voluntariedade da publicação do BS, porém hoje acreditam que a obrigatoriedade pode assegurar à sociedade informações relevantes e indispensáveis.

Apresenta sempre dois anos, para facilitar as análises. O modelo está dividido em sete conjuntos de indicadores. Possui 43 indicadores quantitativos e 8 qualitativos organizados conforme abaixo.

Base de Cálculo

É composta por informações financeiras da empresa, respeitando, portanto, o princípio contábil do regime de competência de exercícios. São apresentadas as seguintes informações: a receita líquida; o resultado operacional; e a folha de pagamento bruta, apresentando os valores do ano corrente e anterior, para comparações. Estas informações são utilizadas no conjunto de indicadores 2, 3 e 4 para fazer parâmetros percentuais, demonstrando o impacto dos investimentos de acordo com as contas da empresa.

1 ó Base de Cálculo	2007 Valor (Mil reais)	2006 Valor (Mil reais)
Receita líquida (ROL)		
Resultado operacional (RO)		
Folha de pagamento bruta (FPB)		

Quadro 2: Modelo IBASE ó Base de Cálculo

Fonte: Adaptado pela autora com base no site do IBASE

Indicadores Sociais Internos

São os investimentos da empresa em programas sociais (obrigatórios ou não) em benefício de seus empregados e dependentes. São apresentados em reais e, logo, em percentuais em relação a folha de pagamento bruta e a receita líquida.

2 ó Indicadores Sociais Internos	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre ROL	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre ROL
Alimentação						
Encargos sociais compulsórios						
Previdência privada						
Saúde						
Segurança e medicina no trabalho						
Educação						
Cultura						
Capacitação e desenvolvimento profissional						
Creches ou auxílio-creche						
Participação nos lucros ou resultados						
Outros						
Total ó Indicadores sociais internos						

Quadro 3: Modelo IBASE ó Indicadores Sociais Internos

Fonte: Adaptado pela autora com base no site do IBASE

Indicadores Sociais Externos

São os investimentos voluntários da empresa para a sociedade em geral. Apresentados em reais, depois seus percentuais em relação ao resultado operacional e receita líquida. As informações também são apresentadas comparativamente com o ano anterior.

3 ó Indicadores Sociais Externos	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre ROL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre ROL
Educação						
Cultura						
Saúde e saneamento						
Esporte						
Combate à fome e segurança alimentar						
Outros						
Total das contribuições para a sociedade						
Tributos (excluídos encargos sociais)						
Total ó Indicadores sociais externos						

Quadro 4: Modelo IBASE ó Indicadores Sociais Externos

Fonte: Adaptado pela autora com base no site do IBASE

Indicadores Ambientais

Esforços, gastos, relacionados ao meio ambiente e seus recursos naturais. São apresentados em reais e posteriormente, percentuais em relação ao resultado operacional e receita líquida. Possui também uma questão com quatro opções de resposta, sobre o estabelecimento de metas anuais para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais. As informações também são apresentadas comparativamente com o ano anterior. São os investimentos da empresa para compensar seus impactos ambientais, e também projetos para melhorarem a qualidade ambiental da produção/operação da empresa.

4 ó Indicadores Ambientais	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre ROL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre ROL
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa						
Investimentos em programas e/ou projetos externos						
Total dos Investimentos em meio ambiente						
Quanto ao estabelecimento de metas anuais para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa	() não possui metas () cumpre de 0 a 50% () cumpre de 51 a 75% () cumpre de 76 a 100%	() não possui metas () cumpre de 0 a 50% () cumpre de 51 a 75% () cumpre de 76 a 100%				

Quadro 5: Modelo IBASE ó Indicadores Ambientais

Fonte: Adaptado pela autora com base no site do IBASE

Indicadores do Corpo Funcional

Está relacionado ao perfil dos recursos humanos que a empresa possui. As informações também são apresentadas comparativamente com o ano anterior. Contém informações que identificam o relacionamento da empresa com seu público interno, no que se refere a utilização de trabalho terceirizado, número de estagiários, valorização da diversidade, etc.

5 ó Indicadores do Corpo Funcional		
Nº de empregados (as) ao final do período		
Nº de admissões durante o período		
Nº de empregados (as) terceirizados (as)		
Nº de estagiários (as)		
Nº de empregados (as) acima de 45 anos		
Nº de mulheres que trabalham na empresa		
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	%	%
Nº de negros (as) que trabalham na empresa		
% de cargos de chefia ocupados por negros (as)	%	%
Nº de portadores (as) de deficiência ou necessidades especiais		

Quadro 6: Modelo IBASE ó Indicadores do Corpo Funcional

Fonte: Adaptado pela autora com base no site do IBASE

Informações Relevantes quanto ao Exercício da Cidadania Empresarial

São medidas que refletem a política de recursos humanos, relação com seus consumidores, e a riqueza produzida pela empresa. As informações também são apresentadas comparativamente com o ano anterior.

6 ó Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2007	Meta 2008				
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa						
Número total de acidentes de trabalho						
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	() direção	() direção e gerências	() todos(as) empregados (as)	() direção	() direção e gerências	() todos(as) empregados (as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	() direção e gerências	() todos(as) empregados (as)	() todos (as) + Cipa	() direção e gerências	() todos(as) empregados (as)	() todos (as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos (as) trabalhadores (as), a empresa:	() não se envolve	() segue as normas da OIT	() incentiva e segue a OIT	() não se envolve	() segue as normas da OIT	() incentiva e segue a OIT
A previdência privada contempla:	() direção	() direção e gerências	() todos(as) empregados (as)	() direção	() direção e gerências	() todos(as) empregados (as)
A participação dos lucros ou resultados contempla:	() direção	() direção e gerências	() todos(as) empregados (as)	() direção	() direção e gerências	() todos(as) empregados (as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	() não são considerados	() são sugeridos	() são exigidos	() não são considerados	() são sugeridos	() são exigidos

Continua...

...Continuação

Quanto à participação de empregados (as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	() não se envolve	() apóia	() organiza e incentiva	() não se envolve	() apóia	() organiza e incentiva
Número total de reclamações e críticas de consumidores (as):	Na empresa _____	No Procon _____	Na Justiça _____	Na empresa _____	No Procon _____ -	Na Justiça _____ -
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	Na empresa _____ %	No Procon _____ %	Na Justiça _____ %	Na empresa _____ %	No Procon _____ _%	Na Justiça _____ _%
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2007:	Em 2006:				
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	____% governo ____% colaboradores ____% acionistas ____% terceiros ____% retido	____% governo ____% colaboradores ____% acionistas ____% terceiros ____% retido				

Quadro 7: Modelo IBASE ó Informações Relevantes

Fonte: Adaptado pela autora com base no site do IBASE

Outras Informações

Este espaço é utilizado para a identificação da pessoa responsável pelas informações, seu telefone de contato e correio-eletrônico. A empresa pode também disponibilizar outras informações importantes quanto à práticas da responsabilidade social.

7 ó Outras informações

Quadro 8: Modelo IBASE ó Outras Informações

Fonte: Adaptado pela autora com base no site do IBASE

O modelo IBASE já foi utilizado por um grande número de empresas brasileiras, como: Banco do Brasil, Tam Linhas Aéreas, Petrobras, Banrisul, Calçados Azaléia, Votorantim, entre outras.

O modelo de balanço social proposto pelo IBASE em 2007, na íntegra, esta no anexo 2.

3 APRESENTAÇÃO DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo apresentam-se os dados referentes à pesquisa, bem como se discute os resultados obtidos. Inicia-se o capítulo com a apresentação dos dados obtidos, após faz-se o exame do conteúdo e cálculos, e por último são feitas análises parciais e comparativas.

3.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS OBTIDOS

Nesta seção serão apresentados os dados coletados a fim de alcançar os objetivos propostos na pesquisa. Assim, a primeira etapa desta análise, trata do exame do conteúdo das Demonstrações de Resultado e dos BS com o intuito de identificar os valores dos resultados econômicos, receitas líquidas e investimentos sociais nos anos de 2003 a 2007. Cabe ressaltar que os valores dos investimentos sociais foram segregados em Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos (exceto o item Tributos) e Indicadores Ambientais, conforme o modelo de Balanço Social do IBASE. Seguem abaixo, tabelas com os dados coletados na pesquisa. As empresas estão identificadas por números, conforme tabela 2, página 16.

Tabela 3: Receitas e Resultados Líquidos das Empresas

Empresa	Receita Líquida (R\$ Mil)					Resultado Líquido (R\$ Mil)					Tendência Do Resultado
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007	
1	1.119.492	1.229.447	1.330.844	1.368.784	1.310.684	288.126	-131.361	8.112	63.955	34.689	
2	1.538.346	1.760.586	2.146.399	2.206.865	2.126.696	33.183	-75.376	126.164	191.121	153.331	
3	1.674.395	1.833.426	1.976.388	2.040.715	1.993.086	98.655	129.818	41.420	142.041	231.333	
4	2.139.020	2.644.660	2.994.460	3.269.694	3.166.800	168.189	200.969	207.478	213.646	345.990	
5	873.476	1.025.292	1.124.792	1.129.048	1.129.491	58.300	-124.663	98.372	79.359	114.217	
6	1.185.491	1.397.925	1.603.646	2.022.316	1.988.206	97.882	76.687	134.849	217.799	311.526	
7	422.587	526.125	665.444	810.115	879.974	52.999	-31.074	359.650	177.470	180.077	
8	5.239.039	6.707.407	8.235.621	9.681.271	10.245.914	1.197.642	1.384.801	2.003.399	1.718.841	1.735.449	
9	1.781.053	2.065.672	2.702.117	2.734.343	2.898.234	165.742	344.163	581.445	540.559	647.416	
10	1.029.656	1.334.283	1.581.522	1.691.328	1.702.377	91.440	36.529	189.124	298.258	244.751	
11	2.990.822	3.925.774	4.853.536	5.384.608	5.422.126	171.137	374.148	502.377	1.242.680	1.106.610	
12	3.336.522	3.678.412	4.210.583	4.550.499	4.460.696	-40.780	323.050	724.101	767.347	818.889	
13	1.785.234	2.045.903	2.201.244	2.294.692	2.256.073	357.282	259.812	658.325	501.687	466.911	
14	6.431.923	7.394.050	8.296.767	8.354.182	7.130.829	86.275	5.635	-184.421	373.371	712.631	
15	943.697	1.023.803	1.223.333	1.281.225	1.229.536	176.928	156.308	155.191	139.625	118.582	
16	1.654.554	1.726.822	1.853.455	2.091.408	1.976.945	108.820	93.154	232.593	306.161	323.088	
17	1.169.121	1.356.449	1.503.261	1.639.671	1.601.825	-23.158	30.752	113.660	121.012	164.683	

Fonte: Dados da Pesquisa

No Gráfico 1 pode-se notar as variações quanto às receitas. As empresas 8 e 14 se destacam com R\$ 40.109.252 e R\$ 37.607.751, respectivamente, acumuladas nos cinco anos. Já as empresas 7 e 5, possuem as menores receitas acumuladas no período, R\$ 3.304.245 e R\$ 5.282.099, respectivamente. Pode-se notar a variação dos resultados das empresas no decorrer dos anos, em geral estável ou positiva.

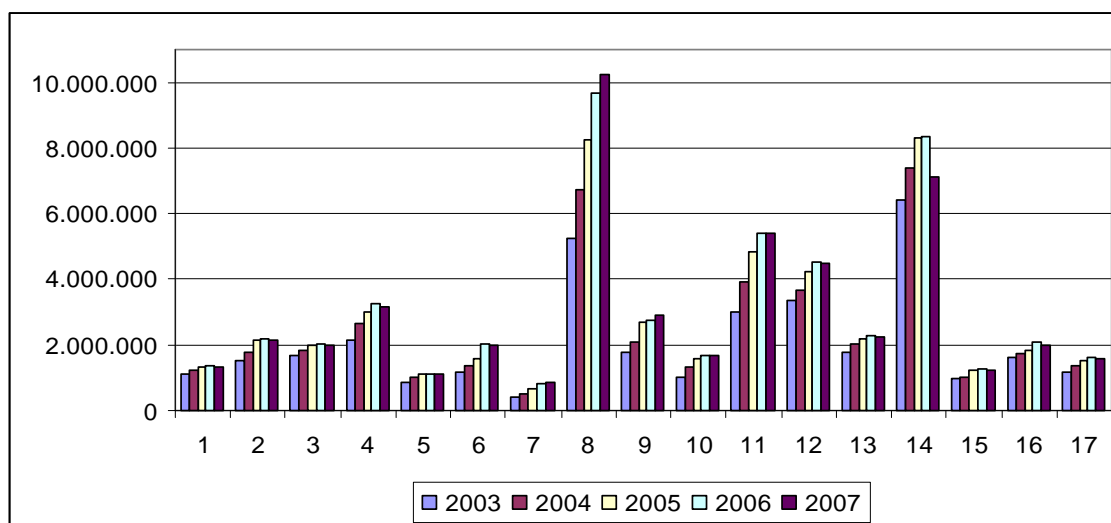


Gráfico 1: Receitas Líquidas por Empresa

Fonte: Dados da Pesquisa

Observa-se apenas 7 resultados negativos em todos os períodos e empresas. Cabe destacar, que a maior parte, quatro, dos prejuízos incorridos pelas empresas se encontra no ano de 2004. E também, em 2004, encontram-se os piores resultados de cada empresa, mesmo sendo lucro.

A maior parte das empresas tem seu lucro estável ou crescente, com exceção da empresa 15, que vem decaindo. Concentram-se em 2007, grande parte dos melhores resultados das organizações pesquisadas, demonstrando a crescente melhora. Conforme Gráfico 2.

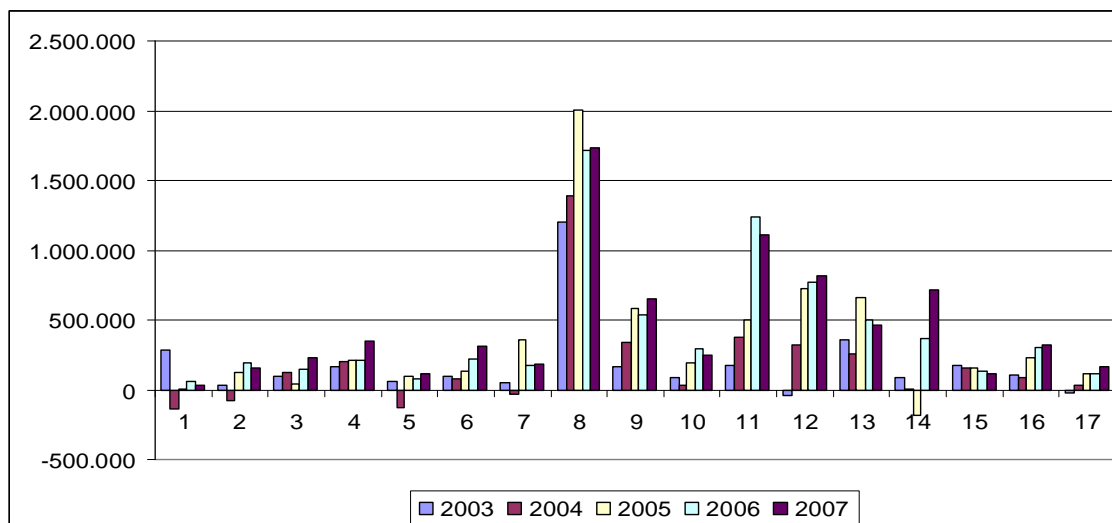


Gráfico 2: Resultados Líquidos por Empresa

Fonte: Dados da Pesquisa

A empresa 8 se destaca com o maior resultado acumulado no período, de R\$ 8.040.132. Já as empresas 5 e 1 são as que tem os menores, R\$ 225.585 e R\$ 263.521.

Observam-se na Tabela 4, os valores, em R\$ mil, dos investimentos sociais e ambientais das empresas nos anos de 2003 a 2007, separados em Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais.

Tabela 4: Investimentos Sociais das Empresas por Indicadores

Emp.	Indicadores Sociais Internos (R\$ Mil)					Indicadores Sociais Externos (R\$ Mil)					Indicadores Ambientais (R\$ Mil)				
	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007	2003	2004	2005	2006	2007
1	18.643	9.498	18.579	20.320	25.042	1.324	543	518	688	4.992	36	0	160	254	381
2	41.585	38.416	49.144	70.507	67.717	31.064	7.600	50.382	55.964	67.244	7.309	4.109	4.603	13.808	17.820
3	66.240	67.428	72.503	75.688	73.858	823	2.222	1.767	1.462	2.826	92	450	1.052	1.298	2.772
4	89.675	105.191	115.684	137.905	152.380	1.859	37.208	118.354	173.685	168.455	15.588	17.407	16.835	44.278	35.925
5	34.531	84.669	37.323	36.539	38.703	4.397	5.377	2.798	284.995	297.398	22.846	40.588	110.575	16.148	11.079
6	47.192	45.554	60.317	61.982	67.433	5.235	38.654	84.983	122.528	51.688	45.086	72.470	64.025	82.508	60.196
7	24.684	30.036	29.324	25.100	35.235	624	914	2.033	933	779	0	0	0	0	0
8	419.125	501.666	730.342	753.774	978.737	23.690	24.731	41.029	35.475	44.999	42.000	141.700	85.425	58.112	44.131
9	61.563	81.348	91.214	105.838	102.311	2.388	56.492	158.495	207.714	284.509	8.470	8.024	22.708	31.447	54.740
10	47.413	46.746	52.139	54.945	55.928	37.489	62.032	79.781	154.546	153.314	5.306	3.021	8.235	8.435	21.022
11	253.447	322.725	333.136	345.584	270.966	22.303	74.681	93.049	146.248	45.151	15.886	19.145	50.093	89.455	100.441
12	94.754	106.967	105.942	113.835	119.737	2.035	2.034	4.848	5.010	7.353	3.196	995	3.529	2.449	11.392
13	60.724	68.628	82.172	95.211	91.729	11.870	4.789	13.655	8.816	12.476	427	490	6.334	9.142	27.141
14	864.694	905.906	908.390	915.290	304.544	19.148	21.483	21.753	18.466	21.804	864	697	2.791	1.907	1.640
15	38.978	41.749	44.933	61.454	63.381	320	380	1.827	1.021	1.879	6.615	7.501	0	8.037	4.361
16	42.147	45.046	40.297	48.333	44.019	2.029	1.562	2.825	2.835	2.694	1.132	154	5.585	1.291	1.823
17	28.952	32.796	34.496	37.555	36.951	815	1.766	826	2.085	2.034	261	302	224	1.352	2.210

Fonte: Dados da Pesquisa

Na tabela 5 estão agrupados os indicadores, chegando a valores totais de investimentos sociais em cada ano por empresa. Observa-se uma tendência em todas as empresas em aumentarem seus investimentos. Cabe ressaltar, que a análise para descobrir as empresas que investem mais em responsabilidade social tendo por base apenas estes valores não é devida, pois deve-se levar em conta a receita líquida da empresa, constatando as que investem mais em projetos sociais e ambientais de acordo com as suas Receitas.

Tabela 5: Totais de Investimentos Sociais por Empresa

Emp.	Total de Investimentos Sociais R\$ (Mil)						Tendência
	2003	2004	2005	2006	2007	TOTAL	
1	20.003	10.041	19.257	21.262	30.415	100.978	
2	79.958	50.125	104.129	140.279	152.781	527.272	
3	67.155	70.100	75.322	78.448	79.456	370.481	
4	107.122	159.806	250.873	355.868	356.760	1.230.429	
5	61.774	130.634	150.696	337.682	347.180	1.027.966	
6	97.513	156.678	209.325	267.018	179.317	909.851	
7	25.308	30.950	31.357	26.033	36.014	149.662	
8	484.815	668.097	856.796	847.361	1.067.867	3.924.936	
9	72.421	145.864	272.417	344.999	441.560	1.277.261	
10	90.208	111.799	140.155	217.926	230.264	790.352	
11	291.636	416.551	476.278	581.287	416.558	2.182.310	
12	99.985	109.996	114.319	121.294	138.482	584.076	
13	73.021	73.907	102.161	113.169	131.346	493.604	
14	884.706	928.086	932.934	935.663	327.988	4.009.377	
15	45.913	49.630	46.760	70.512	69.621	282.436	
16	45.308	46.762	48.707	52.459	48.536	241.772	
17	30.028	34.864	35.546	40.992	41.195	182.625	
TOTAL	2.576.874	3.193.890	3.867.032	4.552.252	4.095.340	18.285.388	

Fonte: Dados da Pesquisa

Nota-se mais claramente esta tendência no Gráfico 3, onde as empresas demonstram que estão dando cada vez mais importância para a responsabilidade social. Destacam-se as empresas 8 e 14 com grandes investimentos, R\$ 3.924.936 e R\$ 4.009.377. Os menores ficam por conta das empresas 1 e 7, com R\$ 100.978 e R\$ 149.662. Cabe ressaltar que estas observações não estão levando em conta a ROL. Logo, será feita a análise considerando a Receita Líquida, achando os valores percentuais, em termos relativos à ROL.

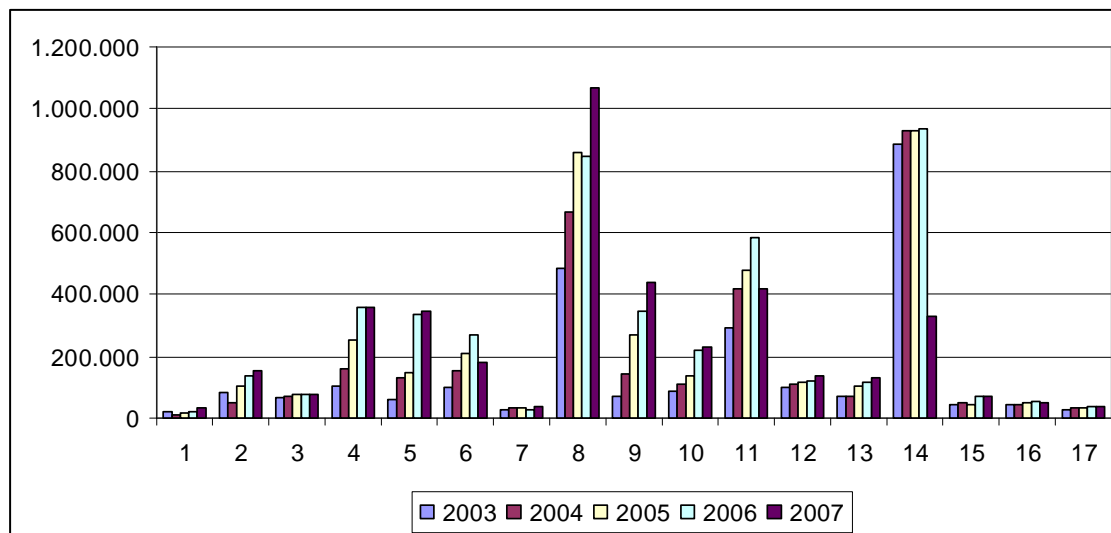


Gráfico 3: Total de Investimentos Sociais por Empresa

Fonte: Dados da Pesquisa

Em 2003, os investimentos totalizaram R\$ 2.576.874, sendo 86,71% em Indicadores Sociais Internos, 6,50% em Indicadores Sociais Externos e 6,79% em Indicadores Ambientais.

Em 2004, os investimentos totalizaram R\$ 3.193.890, sendo 79,35% em Indicadores Sociais Internos, 10,72% em Indicadores Sociais Externos e 9,93% em Indicadores Ambientais.

Em 2005, os investimentos totalizaram R\$ 3.867.032, sendo 72,56% em Indicadores Sociais Internos, 17,56% em Indicadores Sociais Externos e 9,88% em Indicadores Ambientais.

Em 2006, os investimentos totalizaram R\$ 4.552.252, sendo 65,02% em Indicadores Sociais Internos, 26,85% em Indicadores Sociais Externos e 8,13% em Indicadores Ambientais.

Em 2007, os investimentos totalizaram R\$ 4.095.340, sendo 61,74% em Indicadores Sociais Internos, 28,56% em Indicadores Sociais Externos e 9,70% em Indicadores Ambientais. No Gráfico 4, pode-se notar estas variações.

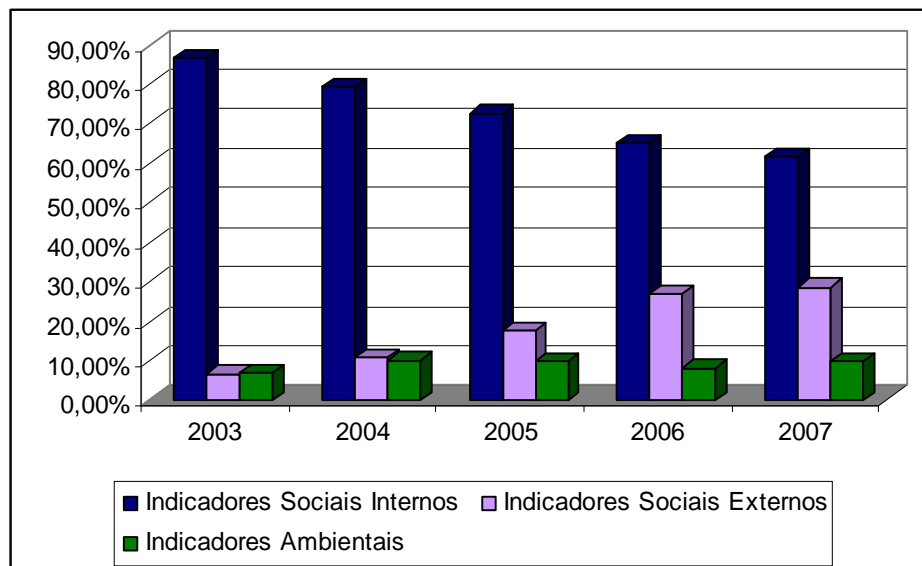


Gráfico 4: Percentual de Investimentos Sociais por Indicadores

Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme ilustra o Gráfico 4, quando somados os investimentos de todas as empresas analisadas, percebe-se que há uma redução gradativa nos investimentos nos indicadores internos e um aumento, também gradativo, nos indicadores externos e ambientais, em maior expressividade e consistência nos Indicadores Externos.

Cabe ressaltar que, comparando os valores, em R\$, das Receitas e Investimentos Sociais, tem-se dois gráficos muito semelhantes. As empresas 8 e 14 são as que possuem maior Receita e os maiores Investimentos na área social.

3.2 EXAME DO CONTEÚDO

Neste tópico é realizada a análise dos dados encontrados; bem como são efetuados os cálculos necessários, tendo sempre claro o objetivo geral da pesquisa, que é descobrir se há relação entre os investimentos sociais e os resultados obtidos pelas empresas.

Primeiramente, é calculado o percentual do lucro líquido, tendo como referência a receita líquida, em cada ano. Em seguida, ocorrerá uma análise do valor em percentual dos Investimentos Sociais com base na Receita Líquida, em cada ano também. As empresas serão identificadas conforme numeração anterior.

Então, a primeira parte consiste em calcular os percentuais que representam os Resultados Econômicos de acordo com as respectivas Receitas Líquidas em cada ano do período pesquisado. Chegou-se aos seguintes resultados, conforme Tabela 6.

Tabela 6: Porcentagem dos Resultados sobre a Receita Líquida

Emp.	Lucros Líquidos em %						Média	Ranking
	2003	2004	2005	2006	2007			
1	25,74	-10,68	0,61	4,67	2,65	4,6	14°	
2	2,16	-4,28	5,88	8,66	7,21	3,93	16°	
3	5,89	7,08	2,1	6,96	11,61	6,73	12°	
4	7,86	7,6	6,93	6,53	10,92	7,97	11°	
5	6,67	-12,16	8,74	7,03	10,11	4,08	15°	
6	8,26	5,48	8,41	10,77	15,67	9,72	10°	
7	12,54	-5,91	54,05	21,91	20,46	20,61	2°	
8	22,86	20,64	24,33	17,75	16,94	20,5	3°	
9	9,3	16,66	21,52	19,77	22,34	17,92	4°	
10	8,88	2,74	11,96	17,63	14,38	11,12	8°	
11	5,72	9,53	10,35	23,08	20,41	13,82	5°	
12	-1,22	8,78	17,2	16,86	18,36	12	7°	
13	20,01	12,7	29,91	21,86	20,7	21,04	1°	
14	1,34	0,08	-2,22	4,47	9,99	2,73	17°	
15	18,75	15,27	12,68	10,9	9,64	13,45	6°	
16	6,58	5,39	12,55	14,64	16,34	11,1	9°	
17	-1,98	2,27	7,56	7,38	10,28	5,1	13°	

Fonte: Dados da Pesquisa

Nesta tabela, foram calculados os percentuais que representam os Lucros Líquidos, de acordo com as respectivas Receitas Líquidas. Logo, foi feito o *ranking* das que mais possuem retorno, como visto na tabela.

Conforme exemplo abaixo:

Empresa 01 ó Apresentou uma ROL em 2003 de R\$ 1.119.492 e um LL de R\$ 288.126. Então, tem-se que o LL representa 25,74% da receita. E assim foram feitos todos os cálculos.

Em seguida, foi feita uma média de cada empresa, somando todos seus percentuais nos 5 anos, e dividindo por 5. E assim, foi feito com todas as empresas e se chegou ao *ranking* das que possuem melhores resultados. Como exemplo:

Empresa 03 ó Apresentou os seguintes percentuais de 2003 a 2007, respectivamente: 5,89, 7,08, 2,10, 6,96 e 11,61. A soma destes é igual a 33,64, dividido por 5, tem-se 6,73. Consequindo a posição 12^a no ranking.

No Gráfico 5, pode-se notar o aumento dos lucros das empresas no decorrer dos anos, em relação a sua receita operacional líquida - ROL.

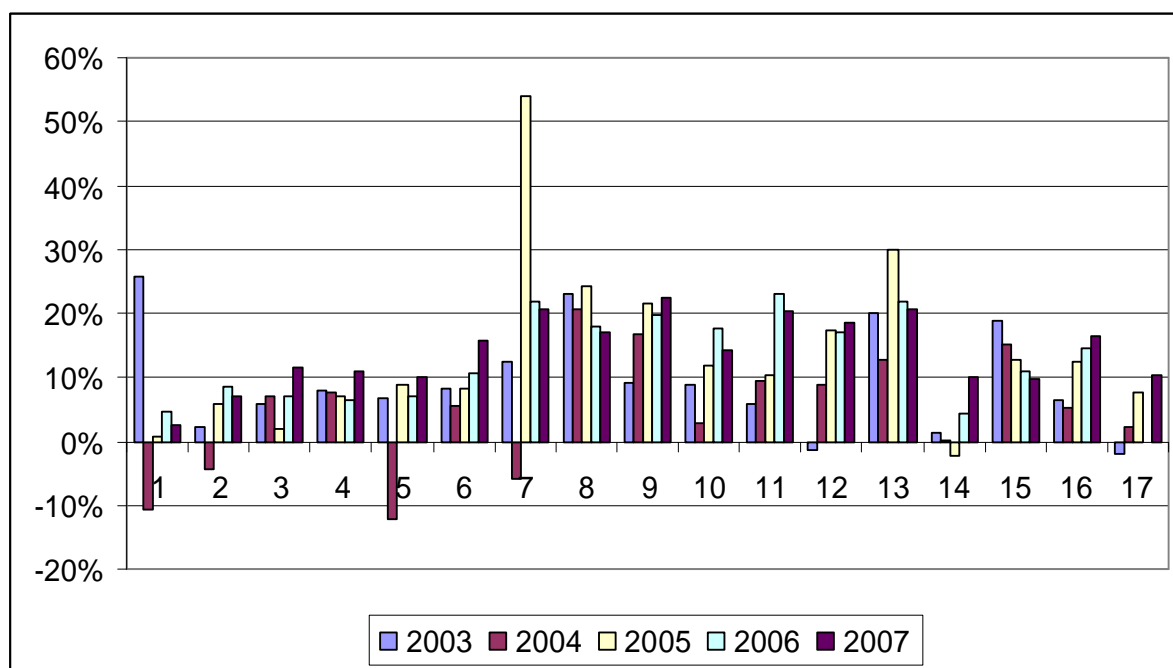


Gráfico 5: Porcentagem da ROL que resulta em Resultados Econômicos

Fonte: Dados da Pesquisa

As empresas, em maior parte, estão aumentando ou mantendo estáveis seus percentuais de resultados sobre as suas Receitas Líquidas. Com exceção da empresa 1 e 15 que estão em queda. Destaca-se no gráfico, um aumento significativo da empresa 7, no ano de 2005, chegando a 54,05%. O pior percentual foi da empresa 5, (12,16)%.

Assim, o Gráfico 6 mostra a empresa 13 (ELEKTRO), que ocupa a 1^a posição, com a média dos percentuais em 21,04%. Acompanhada das empresas 7 (CEMAR) e 8 (CEMIG), 2^a e 3^a posição, com médias de 20,61% e 20,50%. Já a empresa 14 (ELETROPAULO) ocupa a pior posição, 17^a, com uma média dos percentuais de 2,73%. A 16^a e 15^a posição ficam para as empresas, 2 (AMPLA) e 5 (CELPA).

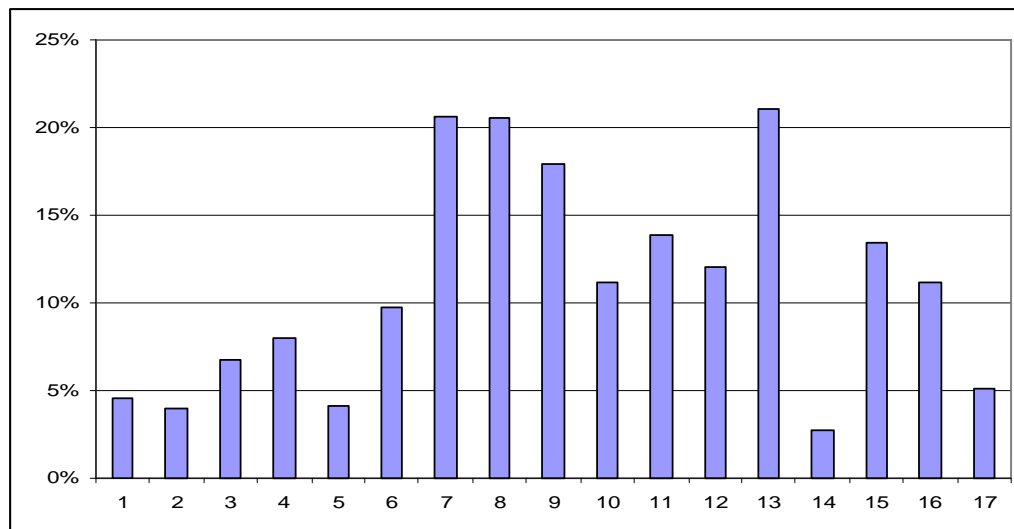


Gráfico 6: Média Percentual da ROL de Retorno Líquido

Fonte: Dados da Pesquisa

A segunda parte consiste no cálculo dos percentuais que representam os Investimentos Sociais, de acordo com as respectivas Receitas Líquidas, na mesma sistemática do Lucro Líquido. Chegou-se aos seguintes resultados:

Tabela 7: Média Percentual de Investimentos Sociais sobre a Receita Líquida

Emp.	Total de Investimentos Sociais em Percentual					Média	Ranking
	2003	2004	2005	2006	2007		
1	1,78	0,81	1,45	1,55	2,32	1,58	17°
2	5,2	2,84	4,85	6,35	7,18	5,28	9°
3	4,01	3,82	3,81	3,84	3,98	3,89	13°
4	5,01	6,05	8,37	10,88	11,26	8,31	8°
5	7,07	12,74	13,4	29,91	30,74	18,77	1°
6	8,22	11,2	13,05	13,2	9,02	10,94	2°
7	5,99	5,88	4,71	3,22	4,09	4,78	11°
8	9,25	9,96	10,41	8,75	10,42	9,76	6°
9	4,07	7,06	10,08	12,62	15,24	9,81	5°
10	8,76	8,38	8,86	12,89	13,51	10,48	4°
11	9,74	10,61	9,81	10,8	7,68	9,73	7°
12	3	3	2,72	2,66	3,1	2,9	14°
13	4,08	3,6	4,64	4,93	5,81	4,61	12°
14	13,75	12,55	11,24	11,2	4,59	10,67	3°
15	4,86	4,85	3,82	5,51	5,65	4,94	10°
16	2,74	2,71	2,62	2,51	2,46	2,61	15°
17	2,57	2,57	2,35	2,5	2,58	2,51	16°

Fonte: Dados da Pesquisa

O Gráfico 7 apresenta os investimentos relativos em responsabilidade social, comparativamente com a receita operacional líquida, em percentuais. Pode-se notar que os investimentos sociais, em maior parte das empresas, vêm crescendo ou mantendo-se estável. As exceções são as empresa 7 e 14, que estão diminuindo seus percentuais. Os maiores percentuais ficaram com a empresa 5, 29,91% e 30,74%, em 2006 e 2007. O menor percentual é da empresa 1, em 2004, 0,81%.

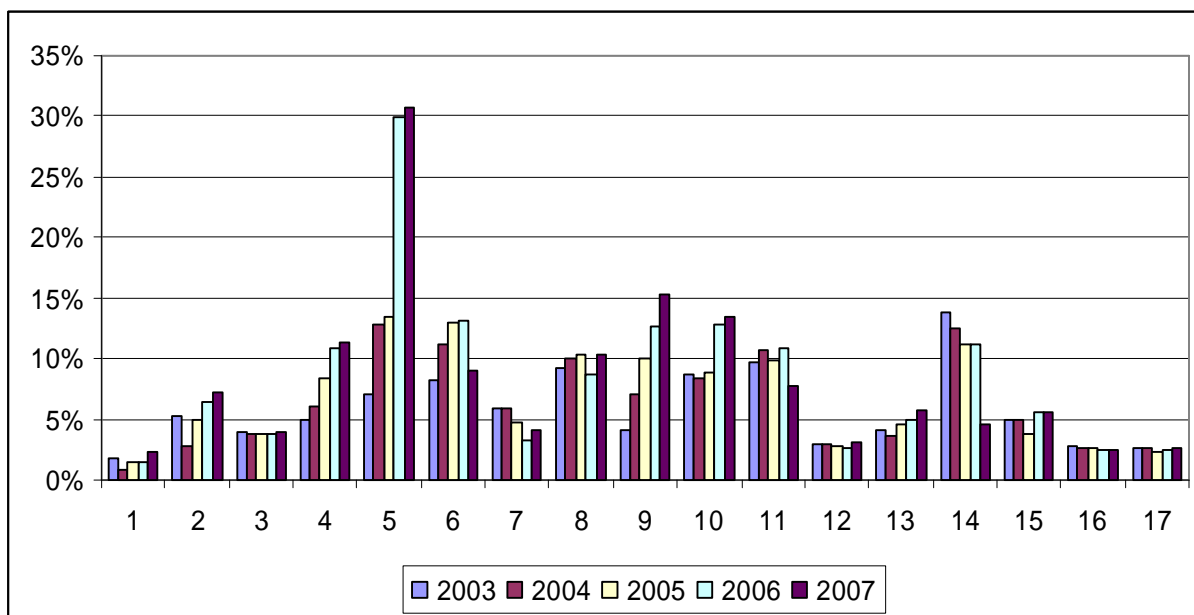


Gráfico 7: Média Percentual da ROL aplicada em Investimentos Sociais

Fonte: Dados da Pesquisa

No Gráfico 8, tem-se as empresas com seus percentuais médios de investimentos sociais no período, em relação às suas Receitas Líquidas.

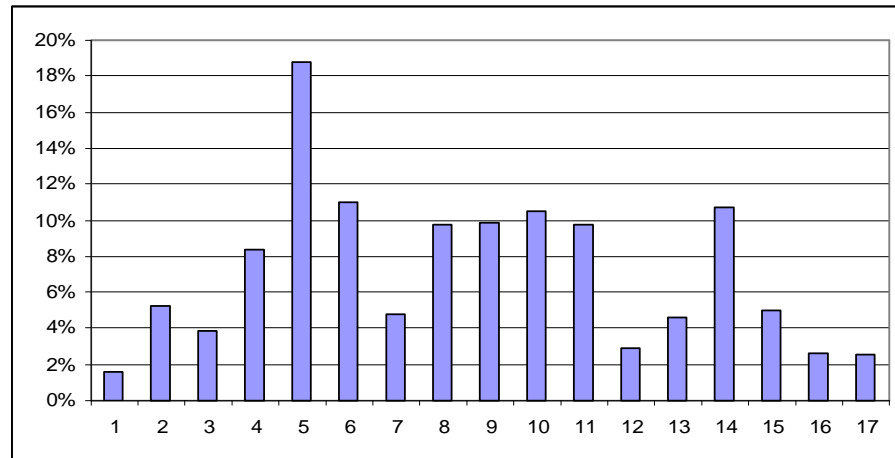


Gráfico 8: Percentual médio da ROL investido em Responsabilidade Social

Fonte: Dados da Pesquisa

Conforme, pode-se notar no gráfico, a empresa que menos investiu foi a 1(AES SUL), com uma média de 1,58%. As empresas 17 (RGE) e 16 (PIRATININGA) ficaram em 16^a e 15^a, com investimentos médios de 2,51% e 2,61%, respectivamente.

A empresa 5 (CELPA) lidera com investimentos médios da ordem de 18,77% da ROL. A 2^a e 3^a posição ficam para as empresas 6 (CELPE) e 14 (ELETROPAULO), com médias de 10,94% e 10,67%.

3.3 ANÁLISE POR EMPRESA

Serão analisadas as empresas individualmente, considerando os pontos mais importantes a serem destacados.

Empresa 1 - AES SUL:

De 2003 a 2007, a empresa investiu, em média, 1,58% da sua Receita Líquida em Responsabilidade Social. E seu lucro, em média, foi de 3,93% da ROL. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é a que menos investe, ou seja, a 17^a. E sua posição nas que tem maior rentabilidade é 14^a.

Interessante ressaltar que em 2004, ela obteve o único prejuízo do período analisado, de (131.361), e neste período também teve seu menor investimento na área social do período.

No ano seguinte, ela aumenta 79,01% seus investimentos e obtém um lucro de 8.112, ou seja, 106,18% maior do que no ano anterior.

Empresa 2 - AMPLA:

De 2003 a 2007, a empresa investiu, em média, 5,28% da sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro, em média, foi de 3,93% de sua ROL. Sua posição no quadro das classificações das que mais investem é a 9^a. E sua posição nas que tem maior rentabilidade é 16^a.

Cabe ressaltar que de 2003 para 2004, a empresa diminuiu os investimentos em 45,38% e teve o único prejuízo do período de cinco anos, no valor de (75.376). No ano seguinte, 2005, aumentou seus investimentos em 70,77%, e obteve um lucro de 126.164.

Empresa 3 - BANDEIRANTE:

De 2003 a 2007, a empresa investiu, em média, 3,89% da sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, de 6,73% da sua ROL. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é a 13^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a 12^a.

Cabe destacar, que de 2003 para 2004, a Bandeirante diminui seus investimentos em 4,74% e seu lucro aumentou 31,59%. Em 2005, fez seu menor investimento do período, e obteve seu menor lucro do período também.

Empresa 4 - CELESC:

De 2003 a 2007, a empresa investiu, em média, 8,31% de sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, 7,97% de sua ROL. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é a 8^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a 11^a.

A empresa, a cada ano, aumentou mais seus investimentos sociais e ambientais, e seu lucro também só aumentou. De 2003 a 2007 aumentou seus investimentos em 124,75% e seu lucro em 105,72%.

Empresa 5 - CELPA:

De 2003 a 2007, a empresa investiu, em média, 18,77% de sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, de 4,08% de sua ROL. Sua posição no

quadro de classificações das que mais investem é a melhor, 1^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a 15^a.

Desde o início do período até 2005, aumentou seus investimentos em 334,79%, e seu lucro em 195,91%. Porém, nota-se que de 2003 para 2004, aumentou seu investimento em 80,20% e teve seu pior resultado, um prejuízo de (124.663).

Empresa 6 - CELPE:

No período, a Celpe investiu, em média, 10,94% de sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, de 9,72% de sua ROL. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é boa, 2^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a 10^a.

A empresa de 2003 a 2006 só aumentou seus investimentos e seus lucros, porém em 2007 diminuiu seus investimentos e seu lucro continuou subindo. Nota-se que de 2006 a 2007 ela diminuiu seus investimentos sociais em 30,30%, porém obteve seu melhor lucro, de 311.526.

Empresa 7 - CEMAR:

De 2003 a 2007, a Cemar investiu, em média, 4,78% de sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, de 20,61%. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é a 11^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a 2^a.

Começou investindo 5,99% de sua ROL, e em 2007 estava 4,09%. Em 2003 e 2004, fez seus maiores investimentos e obteve seus piores resultados do período, até um prejuízo.

Empresa 8 - CEMIG:

De 2003 a 2007, a Cemig investiu, em média, 9,76% de sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, de 20,50%. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é a 6^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a 3^a.

A empresa aumentou seus investimentos no período, exceto em 2006, que fez seu pior investimento. De 2005 para 2006, seus investimentos caíram em 15,95% e seu lucro também caiu em 14,20%.

Empresa 9 - COELBA:

De 2003 a 2007, a Coelba investiu, em média, 9,81% de sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, de 17,92%. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é a 5^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a 4^a.

Seus investimentos e lucros só aumentaram no período. Os investimentos, de 2003 a 2007, cresceram em 274,45% e seus lucros em 290,62%.

Empresa 10 - COELCE:

No período, a Coelce investiu, em média, 10,48% de sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, de 11,12%. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é a 4^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a 8^a.

De 2003 a 2007, aumentou seus investimentos em 54,22% e seu lucro 167,66%. De 2003 para 2004 diminuiu seu investimento em 4,34% e seu lucro também caiu, em 60,05%, obtendo seu menor lucro no período de cinco anos, 36.529.

Empresa 11 - COPEL:

No período, a Copel investiu, em média, 9,73% de sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, de 13,82%. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é a 7^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a 5^a.

De 2003 a 2007 seus investimentos diminuíram em 21,15%, já seu lucro aumentou em 546,62%. Nota-se que de 2006 para 2007, seus investimentos e lucro caíram, respectivamente, em 28,89% e seu lucro em 10,95%.

Empresa 12 - CPFL:

No período, a Copel investiu, em média, 2,90% de sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, de 12,00%. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é a 14^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a 7^a.

De 2003 a 2007 seus investimentos aumentaram em 3,33%, e seu lucro 2.108,07%. Percebe-se que em 2007, a empresa obteve seu maior lucro, 818.889 e também seu maior investimento.

Empresa 13 - ELEKTRO:

No período, a Elektro investiu, em média, 4,61% de sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, de 21,04%. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é a 12^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a melhor, 1^a.

De 2003 a 2007 seus investimentos aumentaram 42,40% e seu lucro 30,68%. Em 2004, teve seu menor investimento e seu menor lucro, 259.812.

Empresa 14 - ELETROPAULO:

No período, a Eletropaulo investiu, em média, 10,67% de sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, de 2,73%. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é a 3^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a pior, a 17^a.

De 2003 a 2007 seus investimentos caíram 66,62%, já seu lucro aumentou 726,00%. De 2004 para 2005, ela diminuiu seus investimentos em 10,44% e deu seu único prejuízo do período de 5 anos, (184.421).

Empresa 15 - ESCELSA:

No período, a Escelsa investiu, em média, 4,94% de sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, de 13,45%. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é a 10^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a 6^a.

No período, seus investimentos aumentaram em 16,26%, já seu lucro caiu em 32,98%. Em 2007, teve seu maior investimento e seu menor lucro.

Empresa 16 - PIRATININGA:

No período, a Piratininga investiu, em média, 2,61% de sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, de 11,10%. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é a 15^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a 9^a.

De 2003 a 2007 seus investimentos caíram em 10,22%, enquanto seu lucro aumentou 196,90%. Em 2007, fez seu menor investimento e obteve seu maior lucro do período. Seus investimentos só desceram.

Empresa 17 - RGE:

No período, a Rge investiu, em média, 2,51% de sua ROL em Responsabilidade Social. Seu lucro foi, em média, de 5,10%. Sua posição no quadro de classificações das que mais investem é a 16^a. Já sua posição no quadro de rentabilidade é a 13^a.

De 2003 a 2007 seus investimentos aumentaram 0,39% e seu lucro em 811.13%. De 2003 para 2004, a empresa manteve o percentual de seus investimentos, porém em seus resultados, obteve uma melhora de 232,79%.

3.4 ANÁLISE COMPARATIVA

Nesta seção, busca-se realizar a análise comparativa dos resultados com os investimentos sociais, propósito maior deste trabalho. Assim, tem-se na Tabela 8, a comparação dos Resultados Econômicos e os Investimentos Sociais.

Tabela 8: Comparação dos Resultados Econômicos com Investimentos Sociais

Empresa	Resultado Líquido - Médio	Ranking ROL	Investimentos Sociais - Médios	Ranking IS
13	21,04%	1	4,61%	12
7	20,61%	2	4,78%	11
8	20,50%	3	9,76%	6
9	17,92%	4	9,81%	5
11	13,82%	5	9,73%	7
15	13,45%	6	4,94%	10
12	12,00%	7	2,90%	14
10	11,12%	8	10,48%	4
16	11,10%	9	2,61%	15
6	9,72%	10	10,94%	2
4	7,97%	11	8,31%	8
3	6,73%	12	3,89%	13
17	5,10%	13	2,51%	16
1	4,60%	14	1,58%	17
5	4,08%	15	18,77%	1
2	3,93%	16	5,28%	9
14	2,73%	17	10,67%	3

Fonte: Dados da Pesquisa

Pode-se verificar que as empresas que possuem maior lucro em termos relativos, não são as que investem mais em Responsabilidade Social. Algumas empresas investem mais em responsabilidade social do que o seu lucro. Este é o caso das empresas 2, 4, 5, 6 e 14. As demais investem menos do que os seus lucros como é o caso das mais rentáveis.

O Gráfico 9 mostra o comportamento das empresas quando analisada a relação entre resultados econômicos e investimentos em responsabilidade social, em termos relativos.

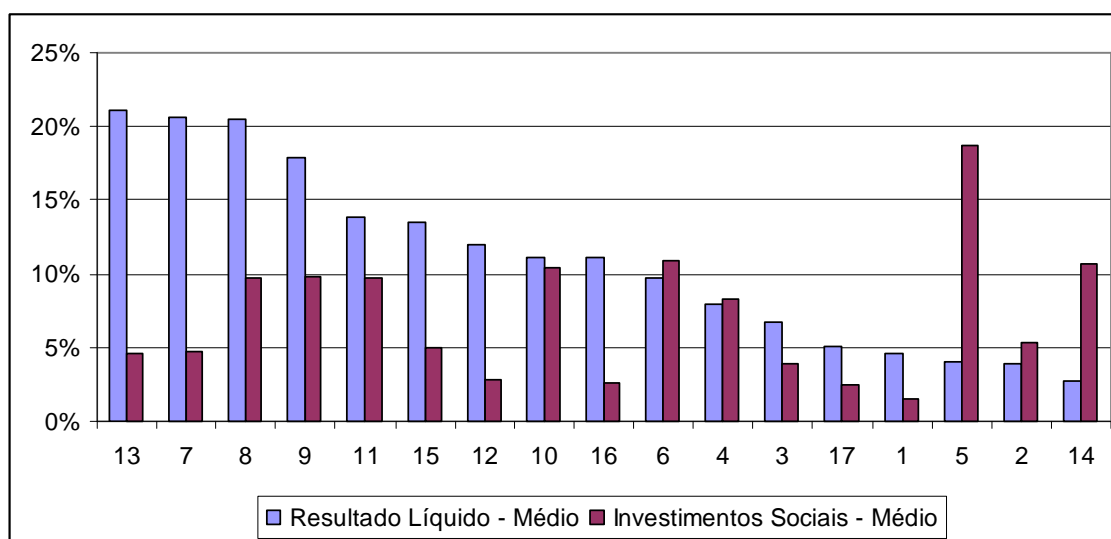


Gráfico 9 ó Resultado Econômico versus Investimentos Sócio-Ambientais

Fonte: Dados da pesquisa

Examinando o Gráfico 9, constata-se que não há relação direta entre estes fatores. Há até, um indicativo de relação inversa, pois as três empresas que obtiveram o melhor desempenho em termos econômicos, figuram entre as que menos investiram em responsabilidade social. E a empresa que mais investiu, relativamente falando, figura entre as que menos rendeu.

Há de se destacar, porém que de maneira geral, o tema vem despertando interesse das empresas, pois os investimentos, mesmo que ainda tímidos, estão, de maneira geral, apresentando um comportamento crescente.

Por fim, deve-se considerar que os retornos dos investimentos desta natureza não são imediatos e sim, tendem a repercutir nos resultados e na percepção da sociedade no médio e longo prazo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo são apresentadas as considerações quanto à problemática, quanto ao alcance dos objetivos e por fim sugestões para trabalhos futuros.

4.1 QUANTO À PROBLEMÁTICA

Com o crescimento dos problemas sociais, torna-se inevitável a aproximação das empresas a esses problemas, sendo que esta faz parte da sociedade. A RSC é um tema atual, onde as empresas além de serem agentes no desenvolvimento econômico passam a ser também, agentes sociais.

De acordo com Reis e Medeiros (2007), planejar e gerir os negócios respeitando valores e direitos pode contribuir para a construção de uma sociedade mais justa e igual, contribuindo para a sustentabilidade da sociedade, e assim do próprio negócio.

Porém, para um maior comprometimento das empresas, nessa sua nova função, estas necessitam identificar vantagens para tanto. Dentro deste contexto, a pesquisa buscou identificar se as empresas que possuem maior retorno financeiro se dedicam mais a esta área.

O trabalho incluiu posicionamentos e opiniões sobre o tema. Ainda é um tema aberto e oferece a oportunidade de investigações. Assim, o problema desta pesquisa se resume na seguinte pergunta: *“Há relação entre Resultado Econômico e Investimentos Sociais?”*

Para responder a questão da pesquisa, o estudo feito abrange uma amostra de 17 empresas de distribuição de energia elétrica, no período de 5 anos, entre 2003 a 2007. Foram analisados seus investimentos sociais, divididos em Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais, suas Receitas Líquidas e seus Lucros Líquidos. Foi verificado se as empresas que possuem maior retorno econômico investem mais em responsabilidade social.

Um diferencial do presente estudo foi contar com informações quantitativas e objetivas baseadas nas demonstrações das empresas, não sendo necessárias informações baseadas em opiniões, pois estas têm alta subjetividade e diminuiriam a qualidade da análise.

Ficou subentendido por meio do estudo, que a maioria das empresas está considerando a Responsabilidade Social como imprescindível para almejar um diferencial no mercado. Elas levam em consideração as exigências dos investidores, funcionários, e a sociedade em geral,

demonstrando a preocupação em realizar ações que visam o bem estar social e ambiental. Deixam de ter maiores lucros, para investir nesta área. Porém, mediante a coleta de dados, observou-se que não é possível fazer uma relação entre a rentabilidade e investimentos sociais. Notou-se que empresas que investem mais, estão entre as que menos dão retorno. E empresas que investem menos, possuem maiores retornos. Se analisadas as empresas em R\$, é possível encontrar uma relação entre investimentos e receitas, as que possuem maiores receitas também possuem maiores investimentos.

De forma geral, baseado nos resultados obtidos, é possível observar quase uma relação inversa entre resultados líquidos e investimentos. Cabe ressaltar que o retorno advindo da responsabilidade social é a médio e longo prazo, podendo as empresas que mais investiram em Responsabilidade Social e que não estão entre as que renderam mais, terem em períodos posteriores. Pois, conforme Tomei apud Reis e Medeiros (2007), a questão de lucros seria resolvida no longo prazo, pois tem relação direta com a melhoria da imagem da organização no mercado.

De acordo com McIntosh (2001), uma empresa que não observar responsabilidades, além da econômica, poderá afetar sua reputação, o que poderá interferir na sobrevivência da empresa num mercado altamente competitivo.

As conclusões sobre o desempenho financeiro das empresas e seu relacionamento com sua responsabilidade social, resultantes do presente estudo, são particulares ao grupo de empresas que participaram da amostra e não podem ser generalizadas para representar outra população de empresas.

Cabe ressaltar, que a RSC possui outras vantagens para a empresa, além do lucro diretamente, como o aumento da eficiência nas operações diárias, dedicação dos empregados, melhoramentos na qualidade dos produtos [...] fidelidade do cliente e melhor desempenho financeiro (FERREL, 2001, p.213).

4.2 QUANTO AOS OBJETIVOS

O Objetivo geral é: *Analisar se as empresas distribuidoras de energia elétrica que possuem os melhores desempenhos econômicos são as que mais investem em Responsabilidade Social.* O resultado alcançado por esta pesquisa é que não é possível verificar esta relação, sendo quase uma relação inversa.

O Objetivo Específico ó identificar em que indicadores (Internos, Externos ou Ambientais) as empresas investem mais ó foi atingido conforme Gráfico 4. Observou-se que as empresas investem mais nos Indicadores Sociais Internos. Notou-se que estes vêm diminuindo e os Indicadores Sociais Externos e Ambientais vem aumentando. Porém, os Indicadores Internos ainda são os maiores.

O Objetivo Específico ó investigar aspectos teóricos sobre Responsabilidade Social e Balanço Social - foi alcançado por meio do capítulo 2, a fundamentação teórica.

Quanto aos objetivos ó calcular os resultados das empresas em relação às suas Receitas Operacionais Líquidas e identificar as empresas que possuem maiores retornos ó foram concretizados na Tabela 6. Com esta foi detectado as empresas que mais e menos possuem resultado econômico de acordo com suas receitas. A empresa 13 (ELEKTRO) possui o melhor percentual, e a empresa 14 (ELETROPAULO) o pior.

Em relação aos objetivos ó apurar a participação das empresas na Responsabilidade Social de acordo com suas Receitas Operacionais Líquidas e identificar as empresas que investem mais em Responsabilidade Social ó foram alcançados na Tabela 7. Onde foi possível verificar que a empresa 5 (CELPA) é a que investe mais em relação à sua receita. Já a empresa 1 (AES SUL) é a que menos investe.

4.3 OPINIÃO DA PESQUISADORA

Frente aos novos desafios enfrentados pelas organizações, estas estão aderindo à responsabilidade social, como forma para que tenham continuidade. Assim, a autora buscou identificar uma relação entre os retornos econômicos e investimentos sociais. Foram feitas buscas nos sites das empresas e no da BM&FBovespa. Grande parte das demonstrações está em arquivos com formato pdf, dificultando a coleta destas.

Na análise dos Balanços Sociais, verificou-se que a maioria das empresas analisadas não usou muitos artifícios para demonstrá-los, adotando o modelo pré-estabelecido. Algumas citam que a demonstração não foi submetida à auditoria, o que pode levar ao descrédito dos dados apresentados.

Esta pesquisa obteve um resultado contrário ao esperado pela autora, pois se observou que as empresas que possuem maiores retornos, investem menos em Responsabilidade Social, e as que mais investem possuem os menores retornos, em termos relativos, sendo este um

assunto considerado muito importante pela autora e que ainda não ganhou ainda seu merecido espaço.

Os resultados muitas vezes são intangíveis, tanto do ponto de vista do benefício social, quanto o retorno para a empresa, mas o caminho está aí, para as empresas que desejam atuar de maneira socialmente justa e economicamente rentável.

Por fim, a expectativa da autora é de que os resultados do seu trabalho sejam relevantes para o avanço do conhecimento e contribuam para a reflexão do tema pelos responsáveis pela gestão de empresas.

4.3 SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS

Por se tratar de um assunto novo, a abordagem ao tema não é esgotada com esse trabalho, sendo possível e necessárias, futuras pesquisas sobre o assunto. Para tanto, recomenda-se os seguintes tópicos:

- Seguir a mesma linha desta pesquisa, abrangendo anos anteriores, a fim de analisar se o resultado desta se mantém;
- Aplicar questionários à população em geral, para verificar a valorização que é dada às empresas que demonstram ter ações socialmente responsáveis;
- Aplicar a linha desta pesquisa, porém em outras empresas, outros setores, a fim de verificar a consistência ou tendência da relação analisada;
- Ampliar análise por aspectos e tipos de investimentos que variam ao longo do tempo, para traçar o perfil dos investimentos e das variações ao longo do tempo.

REFERÊNCIAS

ABRADEE. **Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica**. Disponível em: <www.abradee.org.br>. Acessado em: 08/08/2008.

BOVESPA. **Bolsa de Valores de São Paulo**. Disponível em: <www.bovespa.com.br>. Acessado em: 15/09/2008.

CAMARGO, Mariângela Franco; UEDA, Mery; SUZUKI, Fabiana Mayumi; et.al. **Gestão do terceiro setor no Brasil**: Estratégias de captação de recursos para organizações sem fins lucrativos. São Paulo: Futura, 2002.

CAPPELLIN, Paola; GIULIANI, G. M.; MOREL, R. L.; PESSANHA, E. **Organizações Empresariais em Face da Responsabilidade Social das Empresas no Brasil**. In: SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza. **Balanço Social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2001.

CAPPELLIN, Paola e GIULIANI, G. M. (1999). **Compromisso social no mundo dos negócios**. Boletim Orçamento e Democracia, IBASE, Ano 6, n.11, PP 10-11, Fevereiro, Rio de Janeiro.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos** ó 2ºed. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

CUSTÓDIO, Ana Lúcia de Melo e MOYA, Renato. **Guia para Elaboração de Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade 2007**. São Paulo: Instituto Ethos, 2007.

DRUCKER, P. F. **Sociedade pós-capitalista**. 5. Ed. São Paulo: Pioneira, 1996.

_____. **Administração de Organizações sem fins lucrativos: princípios e práticas**. São Paulo: Pioneira, 1997.

ESTEVES, S.A.P. **O dragão e a borboleta: sustentabilidade e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Axis Mundi, 2000.

FERREL, O. C. **Ética Empresarial: dilemas, decisões e casos**. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso, 2001.

FRIEDMAN, Milton. **Capitalismo e Liberdade**. São Paulo: Abril Cultural, 1984.

GARCIA, Bruno Gaspar et al. **Responsabilidade social das empresas: A contribuição das universidades**. São Paulo: Peirópolis, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GONÇALVES, Ernesto Lima. **Balço social da empresa na América Latina**. São Paulo: Pioneira, 1980.

IBASE: **Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas**. Disponível em: <www.ibase.org.br>. Acessado em: 20/06/2008

KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade Social Empresarial**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.

KROETZ, César Eduardo Stevens. **Balço Social: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

LIMA, Paulo Rogério dos Santos. **Balço Social: ferramenta de gestão e informação**. In: Revista Eletrônica do Terceiro Setor. São Paulo, ano IV, nº6, set. 2001. Disponível em: <integração.fgvsp.br/ano4/6/administrando.htm>. Acessado em: 20/08/2008.

MAXIMIANO, Antônio César Amaru. **Introdução à Administração**. 6º ed. São Paulo: Atlas, 2004.

McINTOSH et al. **Cidadania corporativa: estratégias bem-sucedidas para empresas responsáveis**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

NETO, Francisco Paulo de Melo; FROES, César. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

_____. **Responsabilidade Social & cidadania empresarial** ó a administração do terceiro setor. 2 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 2001.

PEROTTONI, Marco Antonio. Balanço Social: responsabilidade, padronização e obrigatoriedade. In: Revista Brasileira de Contabilidade. Brasília, ano XXXI, nº 134, p.51-59, mar./abr. 2002.

REIS, CaROLos Nelson dos; MEDEIROS, Luiz Edgar. **Responsabilidade Social das Empresas e Balanço Social: meios propulsores do desenvolvimento econômico e social.** São Paulo: Atlas, 2007.

RIOLI, Vladimir. **Balanço Social.** Folha de São Paulo, Caderno Dinheiro, p. 2-2, São Paulo, 16/07/1997.

RIZZI, Fernanda Basaglia. **Balanço Social e ação de responsabilidade social das empresas.** In: Responsabilidade social das empresas, São Paulo: Peirópolis: Ethos, 2002.

SERRA NEGRA, Carlos Alberto. **Inserindo o Balanço Social no contexto de decisões do mercado de capitais.** Trabalhos Profissionais. Rio de Janeiro, 2000. Disponível em: <www.sinescontabil.com.br>. Acessado em: 10/07/2008.

SUCUPIRA, João A. **Ética nas empresas e Balanço Social.** In: SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza (Org.). Balanço Social: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2001.

TACHIZAWA, Takeshi. Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social: uma abordagem sócio-econômica da contabilidade.** Dissertação de Mestrado em Contabilidade. São Paulo: CETD/USP, 1984.

_____. **Balanço Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações.** São Paulo: Atlas, 2001.

TORRES, Ciro. **O Balanço Social das empresas no Brasil: um levantamento inicial.** IBASE. Rio de Janeiro, fev. 1999.

_____. **Responsabilidade Social das empresas e Balanço Social no Brasil.** In: SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza. **Balanço Social: teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 2001.

VOIGT, Leo. **Balanço social ou mera peça publicitária?** Valor Econômico, Caderno Especial: ãEmpresa & Comunidade, p. F2, São Paulo, 25/01/2001.

ANEXOS

ANEXO 1 ó NBC T 15

NORMAS BRASILEIRAS DE CONTABILIDADE - NBC T 15 INFORMAÇÕES DE NATUREZA SOCIAL E AMBIENTAL

15.1 ó CONCEITUAÇÃO E OBJETIVOS

15.1.1 ó Esta norma estabelece procedimentos para evidenciação de informações de natureza social e ambiental, com o objetivo de demonstrar à sociedade a participação e a responsabilidade social da entidade.

15.1.2 ó Para fins desta norma, entende-se por informações de natureza social e ambiental:

- a) A geração e a distribuição de riqueza;
- b) Os recursos humanos;
- c) A interação da entidade com o ambiente externo;
- d) A interação com o meio ambiente.

15.1.3 - A Demonstração de Informações de Natureza Social e Ambiental, ora instituída, quando elaborada deve evidenciar os dados e as informações de natureza social e ambiental da entidade, extraídos ou não da contabilidade, de acordo com os procedimentos determinados por esta norma.

15.1.4 - A demonstração referida no item anterior, quando divulgada, deve ser efetuada como informação complementar às demonstrações contábeis, não se confundindo com as notas explicativas.

15.1.5 - A Demonstração de Informações de Natureza Social e Ambiental deve ser apresentada, para efeito de comparação, com as informações do exercício atual e do exercício anterior.

15.2 ó INFORMAÇÕES A SEREM DIVULGADAS

15.2.1 ó Geração e Distribuição de Riqueza

15.2.1.1 ó A riqueza gerada e distribuída pela entidade deve ser apresentada conforme a Demonstração do Valor Adicionado, definida na NBC T 3.

15.2.2 ó Recursos Humanos

15.2.2.1 ó Devem constar dados referentes à remuneração, benefícios concedidos, composição do corpo funcional e as contingências e os passivos trabalhistas da entidade.

15.2.2.26 Quanto à remuneração e benefícios concedidos aos empregados, administradores, terceirizados e autônomos, devem constar:

- a) Remuneração bruta segregada por empregados, administradores, terceirizados e autônomos;
- b) Relação entre a maior e a menor remuneração da entidade, considerando os empregados e os administradores;
- c) Gastos com encargos sociais;
- d) Gastos com alimentação;
- e) Gastos com transporte;
- f) Gastos com previdência privada;
- g) Gastos com saúde;
- h) Gastos com segurança e medicina do trabalho;
- i) Gastos com educação (excluídos os de educação ambiental);
- j) Gastos com cultura;
- k) Gastos com capacitação e desenvolvimento profissional;
- l) Gastos com creches ou auxílios-creche;
- m) Participações nos lucros ou resultados.

15.2.2.3 ó Estas informações devem ser expressas monetariamente pelo valor total do gasto com cada item e a quantidade de empregados, autônomos, terceirizados e administradores beneficiados.

15.2.2.4 ó Nas informações relativas à composição dos recursos humanos, devem ser evidenciados:

- a) Total de empregados no final do exercício;
- b) Total de admissões;
- c) Total de demissões;
- d) Total de estagiários no final do exercício;
- e) Total de empregados portadores de necessidades especiais no final do exercício;
- f) Total de prestadores de serviços terceirizados no final do exercício;
- g) Total de empregados por sexo;
- h) Total de empregados por faixa etária, nos seguintes intervalos:
 - Menores de 18 anos
 - De 18 a 35 anos
 - De 36 a 60 anos
 - Acima de 60 anos

i) Total de empregados por nível de escolaridade, segregados por:

- Analfabetos
- Com ensino fundamental
- Com ensino médio
- Com ensino técnico
- Com ensino superior
- Pós-graduados

j) Percentual de ocupantes de cargos de chefia, por sexo.

15.2.2.5 - Nas informações relativas às ações trabalhistas movidas pelos empregados contra a entidade, devem ser evidenciados:

- a) Número de processos trabalhistas movidos contra a entidade
- b) Número de processos trabalhistas julgados procedentes;
- c) Número de processos trabalhistas julgados improcedentes;
- d) Valor total de indenizações e multas pagas por determinação da justiça.

15.2.2.6 ó Para o fim desta informação, os processos providos parcialmente ou encerrados por acordo devem ser considerados procedentes.

15.2.3 ó Interação da Entidade com o Ambiente Externo

15.2.3.1 ó Nas informações relativas à interação da entidade com o ambiente externo, devem constar dados sobre o relacionamento com a comunidade na qual a entidade está inserida, com os clientes e com os fornecedores, inclusive incentivos decorrentes dessa interação.

15.2.3.2 - Nas informações relativas à interação com a comunidade, devem ser evidenciados os totais dos investimentos em:

- a) Educação, exceto a de caráter ambiental;
- b) Cultura;
- c) Saúde e saneamento;
- d) Esporte e lazer, não considerados os patrocínios com finalidade publicitária;
- e) Alimentação.

15.2.3.3 ó Nas informações relativas à interação com os clientes, devem ser evidenciados:

- a) Número de reclamações recebidas diretamente na entidade;
- b) Número de reclamações recebidas por meio dos órgãos de proteção e defesa do consumidor;
- c) Número de reclamações recebidas por meio da Justiça;
- d) Número das reclamações atendidas em cada instância arrolada;
- e) Montante de multas e indenizações a clientes, determinadas por órgãos de proteção e

defesa do consumidor ou pela Justiça;

f) Ações empreendidas pela entidade para sanar ou minimizar as causas das reclamações.

15.2.3.4 Nas informações relativas aos fornecedores, a entidade deve informar se utiliza critérios de responsabilidade social para a seleção de seus fornecedores.

15.2.4 **6** Interação com o Meio Ambiente

15.2.4.1 **ó** Nas informações relativas à interação da entidade com o meio ambiente, devem ser evidenciados:

- a) Investimentos e gastos com manutenção nos processos operacionais para a melhoria do meio ambiente;
- b) Investimentos e gastos com a preservação e/ou recuperação de ambientes degradados;
- c) Investimentos e gastos com a educação ambiental para empregados, terceirizados, autônomos e administradores da entidade;
- d) Investimentos e gastos com educação ambiental para a comunidade;
- e) Investimentos e gastos com outros projetos ambientais;
- f) Quantidade de processos ambientais, administrativos e judiciais movidos contra a entidade;
- g) Valor das multas e das indenizações relativas à matéria ambiental, determinadas administrativa e/ou judicialmente;
- h) Passivos e contingências ambientais.

15.3 **ó DISPOSIÇÕES FINAIS**

15.3.1 **ó** Além das informações contidas no item 15.2, a entidade pode acrescentar ou detalhar outras que julgar relevantes.

15.3.2 - As informações contábeis, contidas na Demonstração de Informações de Natureza Social e Ambiental, são de responsabilidade técnica de contabilista registrado em Conselho Regional de Contabilidade, devendo ser indicadas aquelas cujos dados foram extraídos de fontes não-contábeis, evidenciando o critério e o controle utilizado para garantir a integridade da informação. A responsabilidade por informações não-contábeis pode ser compartilhada com especialistas.

15.3.3 **ó** A Demonstração de Informações de Natureza Social e Ambiental deve ser objeto de revisão por auditor independente, e ser publicada com o relatório deste, quando a entidade for submetida a esse procedimento.

JOSÉ MARTONIO ALVES COELHO

Presidente do Conselho

ANEXO 2 ó Modelo do Balanço Social Anual 2007 do IBASE

Balanço Social Anual / 2007			iBase			
1. Base de cálculo	2007 Valor (mil reais)			2006 Valor (mil reais)		
Receita líquida (RL)						
Resultado operacional (RO)						
Folha de pagamento bruta (FPB)						
2. Indicadores sociais internos	Valor (mil R\$)	% Sobre FPB	% Sobre RL	Valor (mil R\$)	% Sobre FPB	% Sobre RL
Alimentação						
Encargos sociais compulsórios						
Previdência privada						
Saúde						
Segurança e saúde no trabalho						
Educação						
Cultura						
Capacitação e desenvolvimento profissional						
Creches ou auxílio-creche						
Participação nos lucros ou resultados						
Outros						
Total - Indicadores sociais internos						
3. Indicadores sociais externos	Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL	Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL
Educação						
Cultura						
Saúde e saneamento						
Esporte						
Combate à fome e segurança alimentar						
Outros						
Total das contribuições para a sociedade						
Tributos (excluídos encargos sociais)						
Total - Indicadores sociais externos						
4. Indicadores ambientais	Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL	Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa						
Investimentos em programas e/ou projetos externos						
Total dos investimentos em meio ambiente						
Quanto ao estabelecimento de metas anuais para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa:	<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%		<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%			
5. Indicadores do corpo funcional						
Nº de empregados(as) ao final do período						
Nº de admissões durante o período						
Nº de empregados(as) terceirizados(as)						
Nº de estagiários(as)						
Nº de empregados(as) acima de 45 anos						
Nº de mulheres que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por mulheres						
Nº de negros(as) que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)						
Nº de pessoas com deficiência ou necessidades especiais						
6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2007			Metas 2008		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa						
Número total de acidentes de trabalho						
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) + Cipa	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input type="checkbox"/> seguirá as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentivará e seguirá a OIT
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
A participação nos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> são exigidos	<input type="checkbox"/> não serão considerados	<input type="checkbox"/> serão sugeridos	<input type="checkbox"/> serão exigidos
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apoia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input type="checkbox"/> apoiará	<input type="checkbox"/> organizará e incentivará
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	na empresa	no Procon	na Justiça	na empresa	no Procon	na Justiça
% de reclamações e críticas solucionadas:	na empresa	no Procon	na Justiça	na empresa	no Procon	na Justiça
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2007:			Em 2006:		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	_____ % governo	_____ % colaboradores(as)	_____ % acionistas	_____ % governo	_____ % colaboradores(as)	_____ % acionistas
	_____ % terceiros	_____ % retido		_____ % terceiros	_____ % retido	
7. Outras informações						

