

**FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS
CENTRO DE FORMAÇÃO ACADÊMICA E PESQUISA
CURSO DE MESTRADO EXECUTIVO EM GESTÃO EMPRESARIAL**

**A DISPARIDADE ENTRE O DISCURSO E A
PRÁTICA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL:
UM BALANÇO DOS BALANÇOS SOCIAIS
DAS MAIORES EMPRESAS DO BRASIL.**

DISSERTAÇÃO APRESENTADA À ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO
PÚBLICA E DE EMPRESAS PARA OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE

VITOR CAMPOS GUIMARÃES
Rio de Janeiro - 2008

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE EMPRESAS
CENTRO DE FORMAÇÃO ACADÊMICA E PESQUISA
CURSO DE MESTRADO EM GESTÃO EMPRESARIAL

TÍTULO

A DISPARIDADE ENTRE O DISCURSO E A PRÁTICA DA RESPONSABILIDADE
SOCIAL: UM BALANÇO DOS BALANÇOS SOCIAIS DAS 500 MAIORES EMPRESAS DO
BRASIL.

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO APRESENTADA POR:
VITOR CAMPOS GUIMARÃES

E
APROVADO EM ____ / ____ / ____
PELA COMISSÃO EXAMINADORA


FILIPPE SOBRAL
DOUTOR EM ADMINISTRAÇÃO


JOAQUIM RUBENS FONTES FILHO
DOUTOR EM ADMINISTRAÇÃO


SUNIL TANKHA
DOUTOR EM ECONOMIA DE DESENVOLVIMENTO

LISTA DE ABREVIATURAS

BS – Balanço Social

FGV - Fundação Getúlio Vargas

GRI – Global Reporting Initiative

IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais

IBRE - Instituto Brasileiro de Economia

LL – Lucro Líquido

ONG – Organizações não Governamentais

ROL – Receita Operacional Líquida

RSE – Responsabilidade Social Empresarial

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Empresas que publicaram BS entre as 500 maiores	48
Gráfico 2 – Frequência de publicação dos BS	51
Gráfico 3 - Frequência de publicação dos BS seccionadas entre centenas	52
Gráfico 4 - Frequência de publicação dos BS na amostra seccionadas entre centenas	54
Gráfico 5 – Correlação entre o ROL e os Indicadores	76
Gráfico 6 - Correlação entre os Indicadores/ROL e o <i>ranking</i>	79

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais	58
Tabela 2 - Contribuições para a Sociedade	60
Tabela 3 - Participação dos Lucros ou Resultados	61
Tabela 4 - Investimentos em Meio Ambiente	62
Tabela 5 – Frequência de publicação de BS por setor	64
Tabela 6 – Indicadores Sociais Externos dos setores da amostra	67
Tabela 7 – Indicadores Ambientais dos setores da amostra	70
Tabela 8 - Setores da amostra que mais investiram nos Indicadores Sociais Externos	72
Tabela 9 - Setores da amostra que mais investiram nos Indicadores Ambientais	72
Tabela 10 – Investimentos individuais das 10 maiores empresas	74
Tabela 11 - Investimentos das 10 maiores empresas	75
Tabela 12 – Coeficiente de correlação entre os Indicadores e do ROL	77
Tabela 13 – Coeficiente de correlação entre os Indicadores/ROL e o <i>ranking</i>	80

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 – Qualificação das 500 maiores empresas S.A. não financeiras do Brasil	99
Anexo 2 – Modelo IBASE	110
Anexo 3 - Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais	112
Anexo 4 - Lucro Líquido (LL) e Receita Operacional Líquida (ROL) da amostra	114
Anexo 5 – Soma dos Indicadores em relação ao ROL	116

SUMÁRIO

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO	10
1.1. Contextualização	10
1.2. Definição do problema	13
1.3. Objetivos: gerais e específicos	14
1.4. Relevância do Estudo	15
1.5. Delimitação do Estudo	17
1.6. Definição dos Termos	18
1.6.1. Externalidade	18
1.6.2. A Tragédia dos Comuns	19
1.6.3. Imposto de Pigou	19
1.6.4. <i>Stakeholders</i>	19
1.6.5. <i>Stockholders</i>	20
1.6.6. Responsabilidade Social Empresarial	20
1.6.7. Balanço Social	20
CAPÍTULO II - REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO	21
2.1. A Responsabilidade Social Empresarial	21
2.1.2. Conceito da Responsabilidade Social Empresarial	21
2.1.2. Transparência: Riscos e Oportunidades	23
2.1.3. Questões Sociais e Econômicas	24
2.1.4. Influências Externas	27
2.1.4.1. Os <i>Stockholders</i>	27
2.1.4.2. O Governo	28
2.1.4.3. Os <i>stakeholders</i>	29
2.1.5. Comunicação	29
2.1.6. Gestores	31
2.1.7. Um Enfoque em Assuntos Ambientais	31
2.2. Balanços Sociais	34
2.2.1. Conceito	34
2.2.2. Índice de Sustentabilidade	36
2.2.3. Histórico do Balanço Social	37
2.2.4. Modelos de Balanço Social no Brasil	38
2.2.4.1. IBASE	39

2.2.5. Balanço Social no Mundo	40
CAPÍTULO III – METODOLOGIA	43
3.1. Tipo da Pesquisa	43
3.2. População e Amostra	44
3.2.1. População	44
3.2.2. Amostra	44
3.3. Coleta de Dados	45
3.4. Limitações do Método	46
CAPÍTULO IV - ANÁLISE DE DADOS	48
4.1. Análise qualitativa	48
4.1.1. A publicação do BS quanto ao tamanho da empresa	50
4.2. Análise quantitativa	53
4.2.1. Análise utilizando a amostra	53
4.2.2. Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais	56
4.2.2.1. Somatório do Total dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais	56
4.2.2.2. Total das contribuições para a sociedade (Indicadores Sociais Externos)	60
4.2.2.3. Participação dos Lucros ou Resultados (Indicadores Sociais Internos)	61
4.2.2.4. Total dos Investimentos em Meio Ambiente (Indicadores Ambientais)	62
4.3. Setores	64
4.3.1. Análise Inter-setorial	64
4.3.2. Análise Intra-setorial	66
4.3.2.1. Análise Intra-setorial utilizando os Indicadores Sociais Externos	66
4.3.2.2. Análise Intra-setorial utilizando os Indicadores Ambientais	70
4.4. Atuações Individuais das 6 empresas da amostra entre as 10 maiores do <i>ranking</i>	73
4.5. Correlação	75
4.5.1. Correlação entre o ROL das empresas e o somatório de seus Indicadores	75
5.4.2. Correlação entre Indicadores/ROL e o <i>ranking</i>	78
CONSIDERAÇÕES FINAIS	81
Recomendações e encaminhamentos para futuras pesquisas	90

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, que me presenteou com minha família tão especial, e que nos bons e maus momentos, me auxiliou a prosseguir, perseverante. Aos meus pais, que sempre me apoiaram e sem os quais todos meus passos seriam em vão. Às minhas irmãs, Luciene, eterna amiga, e Gláucia, que tanto me auxiliou no desenvolvimento desta dissertação. À minha sobrinha, Maria Sylvia, que me motivou a contribuir, mesmo que modestamente, para o desenvolvimento de um tema que corrobora a um país melhor para as próximas gerações. À minha noiva, Aline, pela paciência e por estar do meu lado, sempre.

Aos colegas de turma, pela oportunidade de compartilhar suas experiências, tão diversas, e ao amigo Hélio, pela revisão. Aos colegas da Ebape, professores, funcionários e coordenação, pelo agradável convívio durante o período letivo. Aos membros da banca examinadora, Professor Joaquim e Professor Sunil, por suas sugestões relevantes. Em especial ao meu orientador acadêmico, Filipe Sobral, pela contribuição e pelo incentivo que, após abrir sua porta, acreditou em minha vontade e tanto me auxiliou no recomeço.

Ao professor Puppim de Oliveira, que me despertou para tão pertinente e interessante assunto sobre a Responsabilidade Social Empresarial. Por fim, aos professores Yann Duzert, Eduardo Marques e Bianor Cavalcanti que acreditaram em minha capacidade e permitiram o reinício.

A todos, muito obrigado!

RESUMO

O objetivo deste trabalho é verificar a relação entre as publicações dos Balanços Sociais (BS) e os valores dos investimentos sociais das empresas no Brasil. Para o desenvolvimento da pesquisa, utilizamos o universo das “500 maiores empresas S.A. não-financeiras” (Revista Conjuntura Econômica, 2006) do *ranking* da Fundação Getúlio Vargas (FGV), aproveitando como fonte de informação os BS publicados nos anos de 2001 e 2005. Partindo do estudo de Puppim de Oliveira (2005), pudemos observar a variação de alguns indicadores sociais e ambientais, com base no modelo IBASE de BS. Esta variação pôde ser analisada através das equivalências entre o Lucro Líquido (LL) e a Receita Operacional Líquida (ROL). A referida análise nos possibilitou verificar que há disparidades entre o discurso e a prática da Responsabilidade Social Empresarial (RSE); através da observação de resultados semelhantes ao estudo de Ventura (2005) sobre a institucionalização das práticas sociais. Os caminhos para a comparação da frequência de publicação dos BS e dos investimentos sociais, a fim de alcançar o objeto deste estudo, foram: (1) a verificação da frequência de publicação dos BS das empresas do Brasil no ano de 2005; (2) o cálculo e comparação dos valores publicados nos indicadores sociais internos, indicadores sociais externos e indicadores ambientais; (3) a observação da equivalência de tais indicadores quanto ao ROL e ao LL; (4) a constatação da frequência de publicação dos BS selecionados pelos setores empresariais. A pesquisa de campo contemplou as 500 maiores empresas do *ranking* mencionado para o desenvolvimento da análise qualitativa. A pesquisa também observou uma amostra de 79 empresas que publicaram o modelo IBASE de BS, no intuito de desenvolver a análise quantitativa. Verificamos que a frequência de publicação dos BS cresceu consideravelmente, entre os anos de 2001 e 2005, enquanto que os valores reais dos investimentos sociais nem sempre crescem. Nesta linha, a pesquisa evidenciou que o discurso e a prática da Responsabilidade Social das empresas analisadas não caminharam no mesmo ritmo, entre os anos de 2001 e 2005.

ABSTRACT

The objective of this research is to verify the relation between the Social Report (SR) publication and the social investment values of the Brazilian Companies. We based our research using the universe of the “500 largest Anonymous Society (A.S.) non-financial companies” (Conjuntura Econômica Magazine, 2006) of Getúlio Vargas Foundation’s ranking, utilizing the SR from the years of 2001 to 2005. From the Puppim de Oliveira’s paper (2005), we could observe the variation of some social and environmental index, based on the IBASE SR. This variation was analyzed through the equivalences between Net profit (NP) and the Net Operational Revenue (NOR). The former analysis enabled us verify that there are disparities between the speech and the practice of Corporate Social Responsibility (CSR); through the similar observation of Ventura (2005) study’s results about the social practices’ institutionalization. The way to compare the SR publication frequency and the social investment, so as to reach this study object, were: (1) the verification of Brazilian’s companies SR publication’s frequency in year of 2005; (2) the calculation and comparison of the values published in the internal social index, external social index and environmental index; (3) the observation of the former index equivalence according to the NOR and to the NP; (4) the SR publication’s frequency verification based on the corporate sectors. The field’s research contemplated the “500 largest A.S. non-financial companies”, from the mentioned ranking, for the qualitative analysis development. The research also observed the sample comprised of 79 companies that published the IBASE model, so as to develop the quantitative analysis. We verified that the publication’s frequency of SR grew considerably, between the years of 2001 and 2005, while the social investments values some times did not increase. So, the research revealed that the speech and the practice of social responsibility, based on the analyzed companies, did not pace at the same regularity, between the years of 2001 and 2005.

CAPÍTULO I - INTRODUÇÃO

1.1. Contextualização

A Responsabilidade Social Empresarial (RSE) se tornou assunto mundialmente em voga entre governos e sociedade civil para lidar com males sociais e ambientais. Diante desta mobilização mundial acerca desta questão, as empresas estatais e privadas são compelidas a aceitarem o desafio de pôr em prática a RSE, que se caracteriza por ser uma forma voluntária de auto-regulação (Doane, 2004).

Neste contexto, muitas empresas brasileiras começam a perceber que seu sucesso empresarial deve ir além da questão financeira, incorporando as dimensões relativas à preservação ambiental, à cultural e à vida social. Uma destas instituições é o Canal Futura¹, que é pertencente à Fundação Roberto Marinho, a qual o autor desta dissertação foi colaborador. Algumas das principais funções desta instituição é de identificar, desenvolver e comunicar as atuações sociais das empresas que são parceiras e mantenedoras². Esta instituição também possui como finalidade aumentar a credibilidade, das parceiras e mantenedoras no que diz respeito a RSE, direcionada para a sociedade civil.

A partir desta experiência profissional, foi possível observar não somente o incentivo à solidariedade e à participação de atuações que promovem a melhoria da

¹ O Canal Futura é um projeto social de comunicação, da iniciativa privada e de interesse público. É uma TV educativa que desenvolve trabalhos com redes sociais, mobilizando comunidades e instituições sociais.

² Empresas, fundações, instituições financeiras, associações de classe e grupos de comunicação apóiam o Canal Futura com o intuito de investir em educação e criar ações que atendam às demandas da sociedade.

qualidade de vida das comunidades praticada pelo Canal Futura³ (Futura 2008), como também foi possível conhecer as atuações sociais desenvolvidas por suas parceiras e mantenedoras como, por exemplo, a Votorantin, a Vale do Rio Doce e a Gerdau.

A breve investigação da prática de RSE destas poucas empresas, através do modelo de Balanços Sociais (BS) do IBASE, motivou-me a observar com maior acuidade as atuações corporativas e suas benfeitorias à comunidade. Foi o início de uma vasta verificação e análise das publicações dos BS e dos respectivos investimentos sociais das corporações presentes no *ranking* das “500 maiores empresas S.A. não financeiras do Brasil” (Revista Conjuntura Econômica, 2006).

Quanto às empresas em geral, elas estão considerando com mais proeminência assuntos relacionados a RSE (Araya, 2006). No ano de 1997 surgiram no Brasil planos de ação social com o suporte do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE). A importância deste instituto se deu pelo fato de ter utilizado os meios de comunicação de massa e, através destes, fez o grande público refletir mais veementemente sobre questões sociais e ambientais. Neste mesmo ano, foi desenvolvido o mencionado modelo IBASE de BS. O relatório contém informações sobre desempenho social e ambiental, possibilitando o diálogo com os diferentes públicos envolvidos no negócio da empresa.

³ O Canal Futura tem a capacidade de atingir a comunidade abordando temas de exigência social como saúde, trabalho, educação, meio ambiente, que são alguns dos tópicos publicados nos indicadores do modelo IBASE de BS.

Desta época para cá, as empresas têm sido pressionadas para convincentemente comunicar suas atuações sociais e ambientais, visto que há crescente requerimento por parte dos agentes sociais.

Em consequência desta pressão social, os executivos que esperam fazer a imagem de suas organizações melhores, ao demonstrar maior responsabilidade social, enfrentam obstáculos significantes (Martin, 2002). Como exemplo, quando os BS não condizem com a atuação social das empresas, eles podem provocar crise de legitimidade e potenciais reações hostis e o ceticismo de leitores dos BS (Dawkins, 2004).

Por esta razão, as empresas, no intuito de buscar novas formas de diferenciação, vêm demonstrando que dão importância à prática da RSE e à divulgação de suas atividades sociais por meio do BS. Isto pode ser utilizado pelos executivos como uma importante “ferramenta” para comunicação de marketing (Trevisan, 2002).

O BS tem o desígnio de informar as práticas sociais e ambientais das empresas. Para Doane (2004) a publicação do BS pode se configurar como uma ferramenta para que os interessados avaliem o papel da empresa na sociedade em que está inserida. Como o BS possui usuários dos mais diversos públicos, uma maneira eficiente de fazer com que essa informação atinja todo esse universo é através da Internet, que pode ser considerada hoje um dos veículos de comunicação com maior acessibilidade mundial (Carvalho, 2007).

A partir desta importante ferramenta de publicação da RSE, quisemos seguir a mesma fonte de acesso que os *stakeholders* em geral possuem - os BS publicados na

Internet - no intuito de avaliar os investimentos sociais das empresas e com que frequência estão disponibilizando tais informações.

Nos últimos anos, principalmente na televisão, chama a atenção às campanhas publicitárias que enfatizam uma nova forma de atuação que coloca a RSE em um lugar de destaque (Ventura, 2005). Com efeito, se por um lado, há uma institucionalização da RSE, por outro, temos como questão de estudo verificar se a publicação de BS e seus respectivos investimentos sociais acompanharam este aumento.

Portanto, nesta pesquisa pretendemos analisar as práticas de RSE, através das frequências de publicação dos BS e da quantificação dos investimentos em valores reais, concomitante com tais publicações.

1.2. Definição do problema

Atualmente presenciamos no Brasil uma elevada ênfase no interesse da sociedade a respeito da RSE e da institucionalização de tal prática (Ventura 2005). Em função deste acontecimento, supõe-se que houve aumento nas publicações de BS, com isto pretendemos averiguar se este acontecimento influenciou nos investimentos sociais em valores reais, correspondentes as publicações dos BS. Para tanto, pretendemos responder à seguinte questão da pesquisa:

Em que medida as publicações dos Balanços Sociais refletem uma efetiva orientação das empresas para o desenvolvimento de práticas socialmente responsáveis?

1.3. Objetivos: gerais e específicos

Diante desta questão, tais fatos e argumentos foram decisivos para o desenvolvimento deste estudo que tem como objetivo geral investigar as práticas de RSE através da análise qualitativa, para mensurar a frequência de publicação dos BS das empresas pertencentes ao *ranking* da Fundação Getúlio Vargas (FGV) contendo as 500 maiores empresas (Revista Conjuntura Econômica, 2006); bem como verificar em que medida as empresas estão investindo em atuações sociais, mensuradas através da análise quantitativa dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais do modelo IBASE de BS, publicados no ano de 2005. Com isso, poderemos averiguar a frequência de publicação de BS e os Investimentos Sociais e Ambientais a fim de constatar se houve efetivo aumento ou diminuição nas atuações sociais das 500 maiores empresas.

Para atingir o objetivo geral, o estudo atende os seguintes objetivos específicos:

- a. Desenvolver uma Análise Qualitativa utilizando as 500 maiores empresas do *ranking* FGV (Revista Conjuntura Econômica, 2006).
 - a. Verificar a frequência de publicação dos BS das empresas no ano de 2005.
 - b. Verificar a frequência de publicação dos BS selecionados pelos setores empresariais.
- b. Desenvolver uma Análise Quantitativa utilizando uma amostra de 79 empresas que utilizaram o modelo IBASE de BS em 2005.

- a. Calcular e Comparar valores dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais;
- b. Observar a equivalência dos Indicadores quanto a Receita Operacional Líquida (ROL) e ao Lucro Líquido (LL);

1.4. Relevância do estudo

O Governo, investidores ou os *stakeholders*, indagam sobre o que de fato está sendo feito por empresas no aspecto social e ambiental. Por outro lado, é possível levantar dúvidas se há interesse partindo das empresas, visto que as mesmas estão aparentemente comunicando com maior frequência suas contribuições e divulgando seu papel social através das mídias de massa. Desta maneira, há pressão dos *stakeholders* para que empresas sejam mais transparentes e para Doane (2004) a publicação do BS pode ser uma ferramenta de avaliação do papel da empresa na sociedade.

Diante das implicações econômicas e sociais, a RSE é relevante na discussão sobre o limite entre a intervenção empresarial na sociedade e os limites éticos (Almeida, 2007). Neste sentido, na celeuma entre o econômico e o social, é importante saber se há crescente frequência de publicação dos BS e quanto há de contribuição efetiva, equivalentes às receitas e lucros das empresas. Além disso, por inúmeros motivos, a análise numérica destes dados, é fundamental para o controle por parte do governo, visto que o papel do Estado no atendimento às carências comunitárias é essencial para bem-estar dos envolvidos.

A RSE incrementa o papel das empresas, ou seja, suas contribuições devem ir além dos produtos e serviços que as mesmas disponibilizam para a sociedade. Então, neste sentido, a publicação convincente das contribuições em RSE tem relevância para os gestores que refletem sobre suas motivações e decisões sobre assuntos de escopo social, sabendo da importância do contínuo alinhamento na estratégia dos negócios (Dawkins, 2004). É igualmente importante obter referenciais sobre contribuições e investimentos sociais das empresas pertencentes a seus respectivos setores.

Considera-se, ainda, que este estudo poderá contribuir para avaliar um possível *tradeoff* entre investimentos em ativos das empresas ou investimentos sociais. Considera-se, ainda, que este argumento irá fornecer subsídio para os *stockholders* (acionistas) formar opiniões sobre seus interesses econômicos e sociais, ou seja, se é permissível a alocação de parte de seus lucros para que as empresas façam investimentos sociais.

Já em questões macroeconômicas, os investimentos sociais são determinantes na economia do país. Também é determinante o interesse da sociedade perante a exigência incremental do comprometimento das empresas para trazer “real” benefício, ou seja, o bem-estar social de um modo geral. Não é mais sustentável que empresas apenas visem o lucro, sem contribuir para um “verdadeiro” valor à sociedade, de acordo com a teoria do “*Triple Bottom Line*” (Norman e MacDonald, 2004).

Reconhecendo a crescente presença na mídia sobre RSE, pode-se estar assumindo uma incremental importância sobre os BS das empresas no Brasil. Por isto, vale destacar mais uma vez, que esta pesquisa tem o intuito de apontar os números disponibilizados nas

publicações dos BS e avalia as melhorias de práticas sociais das 500 maiores empresas (Revista Conjuntura Econômica, 2006). Os resultados desta pesquisa podem contribuir para as instituições criadas que sugerem diretrizes que asseguram que os BS cumpram com as expectativas aos que buscam informações sociais empresariais (Adams e Evans, 2004). Além disso, os resultados deste estudo podem colaborar para a elaboração de critérios para o aperfeiçoamento e para o desenvolvimento de informações úteis para gerenciamento e monitoração das atuações sociais que, se apropriadas, podem alterar a performance da corporação.

1.5. Delimitação do estudo

Na análise qualitativa a pesquisa se delimitou nas 500 maiores empresas presentes no *ranking* FGV, excetuando-se as empresas que não possuem *website* ou que, no momento da pesquisa, não se encontravam com acesso disponível na Internet.

Na análise quantitativa, a amostra foi composta somente pelas 79 empresas que publicaram o IBASE, como modelo de BS, e que foram legitimados pelo instituto⁴ IBASE. Outros modelos de BS foram excluídos por não possibilitarem padronização no somatório e na comparação dos Indicadores.

No que se refere ao IBASE, excluimos do estudo dados sobre governança corporativa que constam nas “Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial” do BS (Anexo 2). Também não foram consideradas informações sobre

⁴ O Instituto e o Modelo possuem a mesma denominação – IBASE.

desempenho econômico do tópico “Base de Cálculo” onde se pode verificar a “Receita Líquida”, “Resultado Operacional” e “Folha de Pagamento Bruta”. Esta exclusão ocorreu por não haver informações destes tópicos no estudo de 2001 (Puppim de Oliveira, 2005), o que impossibilita comparações com os dados adquiridos para esta pesquisa.

Por fim, as empresas financeiras e as empresas que não são Sociedades Anônimas (S.A.) também foram exclusas desta pesquisa. Esta exclusão se deu em virtude desta pesquisa utilizar o *ranking* desenvolvido pelo IBRE, que inclui apenas “As 500 Maiores S.A. não financeiras do país” (Revista Conjuntura Econômica, 2006, p. 58). A metodologia utilizada para a elaboração do *ranking* se deu a partir da base de dados contendo balanços das empresas sociedades anônimas nacionais e faz a avaliação a partir de seus principais indicadores. Basicamente, a ordenação deste *ranking* é medida pelo ativo total e pela receita operacional líquida das empresas analisadas.

1.6. Definição dos Termos

1.6.1. Externalidade

Segundo Mankiw (2001), a externalidade é o impacto das atitudes de uma pessoa sobre o bem-estar de outras que não participam da ação. Considerando que é de interesse da sociedade, as consequências da produção de bens e serviços que as empresas geram, e o que causam no bem estar das pessoas envolvidas, direta ou indiretamente às empresas. Neste contexto, se a externalidade gerar consequências desfavoráveis, ela é considerada negativa, em contra partida, se o impacto for benéfico, ela é chamada de “externalidade

positiva”. Como exemplo, a liberação de gás carbônico na atmosfera é uma “externalidade negativa”, por outro lado, a pesquisa de novas tecnologias e desenvolvimento científico gera “externalidades positivas”, porque suscita conhecimentos que outras pessoas podem obter proveito.

1.6.2. A Tragédia dos Comuns (*The Tragedy of the Commons*)

A “Tragédia dos Comuns” é uma metáfora que Hardin (2003) utiliza em sua história sobre uma pequena cidade medieval que utiliza a criação de ovelhas como uma das mais importantes atividades econômicas existentes na cidade. Esta história tem o intuito de enfatizar o seguinte conceito: quando uma pessoa usa um recurso comum, diminui na mesma proporção o benefício de outra. Isto se pode aplicar às “externalidades”.

1.6.3. Imposto de Pigou

O “imposto de Pigou” é uma atuação que o governo pode propor para corrigir os efeitos de uma “externalidade negativa”. Por exemplo, o governo pode desestimular certas atitudes empresariais, aumentando a carga tributária das atividades que provocam “externalidades negativas” e subsidiar aquelas que geram “externalidades positivas”.

1.6.4. *Stakeholders*

O *Stakeholder* é uma pessoa da sociedade, como exemplo, um cidadão, cliente, empregado ou alguém que está envolvido direta ou indiretamente com uma organização,

empresa, instituição, e possui responsabilidades e interesses em seu sucesso (Cambridge, 2003).

1.6.5. *Stockholders*

O *Stockholders* ou Acionista é uma pessoa que possui algumas das partes pelas quais a propriedade de uma empresa está dividida (Cambridge, 2003).

1.6.6. Responsabilidade Social Empresarial

A RSE é constituída pelos seguintes tipos de responsabilidade: econômicas, legais, éticas e filantrópicas (Almeida e Sobral, 2007). Seguindo esta linha de pensamento, representantes do Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (1988) o conceito da RSE é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, concomitantemente, a qualidade de vida de seus empregados e de seus familiares, da comunidade local e da sociedade como um todo.

1.6.7. Balanço Social

O BS é um documento que possui o intuito de informar as atuações sociais e ambientais das empresas que os publicam. Também é uma ferramenta que os gestores utilizam para avaliar as práticas da RSE (Doane, 2004). Com isto, os BS possibilitam o diálogo das empresas com a sociedade.

CAPÍTULO II - REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

2.1. A Responsabilidade Social Empresarial

O que pertence a todos não é tratado com muito cuidado, porque todos os homens dão mais importância à sua propriedade do que àquilo que possuem em coletivo (Aristóteles).

2.1.2. Conceito da Responsabilidade Social Empresarial

Por muito tempo, o debate sobre a Responsabilidade Social se movimentou essencialmente no âmbito das políticas públicas, especialmente na função que os poderes públicos têm que desempenhar para a promoção da Responsabilidade Social (Lafuente *et al*, 2003). Boa parte dos governos das economias avançadas adotou políticas formais de propagação da Responsabilidade Social às empresas na inclusão à cultura corporativa. Isto pode favorecer em vantagens competitivas das empresas em determinados mercados. Também pode facilitar o alongamento das atividades em países emergentes, ou em vias de desenvolvimento, assim como dar acesso a alguns segmentos do mercado de capitais (Lafuente *et al*, 2003).

No entanto, hoje o quadro é diferenciado. As pressões para que as empresas tenham responsabilidade social, não partem somente dos governos. Ao que tudo indica, toda a sociedade civil passa a representar mais uma força a favor de que as empresas se preocupem e minimizem os problemas sociais e ambientais, como advoga Ashley (2003, p.7).

O que está ocorrendo é mais do que mera resposta dos negócios às novas pressões sociais e econômicas criadas pela globalização. A pressão que um mercado globalizado exerce nas empresas faz com que elas precisem se auto-analisar continuamente [...] Tanto o papel das empresas como o do próprio Estado estão sofrendo alterações. Se, por um lado, o papel da empresa na sociedade é cada vez mais amplo e complexo, por outro, muitas funções tradicionais do Estado estão sob ameaça.

Além das pressões não virem somente do Estado, mas de toda a sociedade civil, não é recente o debate acerca da “cidadania corporativa” e o papel das empresas na sociedade. Há séculos os movimentos de tais debates variam em ondas de intensidade, frequentemente provocadas pela revelação de escândalos e/ou problemas corporativos provocados por várias práticas de negócios (Locke, 1999).

Atualmente, empresas que não se enquadram no movimento da RSE podem sofrer críticas por seus consumidores, neste sentido, Ventura (2005, p.282) afirma que:

[...] o *discurso* sobre a responsabilidade social é contratual, justificando a ação em termos da relação com a sociedade, ao passo que a *prática* é instrumental, no sentido de que deve também servir aos interesses da organização.

Hoje vemos que a RSE e assuntos éticos comumente se deparam em alteração nos ambientes corporativos. Os assuntos empresariais éticos exigem olhar, não apenas nas oportunidades de minimizar os choques negativos de algumas empresas que denigrem o meio ambiente ou que não buscam bem-estar ou benefício social com suas atividade, mas sugerem que os negócios praticados pelas empresas operem em uma plataforma sustentável e ofereça um retorno social nos investimentos, além de visarem somente o lucro financeiro.

A adoção da filosofia RSE começa pela adoção de artifícios formais e sistemas de gestão nos âmbitos econômico, social e ambiental, passa pela transparência das informações em relação aos resultados alcançados em tais âmbitos e, finalmente, pelo exame externo dos resultados (Lafuente *et al*, 2003).

Neste contexto, Doane (2004) defende a necessidade de se mudar a motivação dos tomadores de decisão de modo a verem um outro objetivo na abordagem “vencedor-leva-tudo” (winner-takes-all), se pretendemos ver um futuro sustentável. Para este autor, a publicação do BS pode se configurar como uma ferramenta para que *stakeholders* avaliem o papel da empresa na sociedade em que está inserida.

Observamos que há crescente número de pesquisa na área de RSE no Brasil e no mundo e algumas sugerem ferramentas analíticas para ajudar executivos a pensar e fazer avaliações sobre o assunto. O modelo de gestão da RSE propõe que a articulação das expectativas dos distintos grupos de interesse nas atividades empresariais redunde em uma melhor antecipação dos riscos e na criação de valor para o acionista (Lafuente *et al*, 2003).

2.1.2. Transparência: Riscos e Oportunidades

Um crescente número de empresas está reconhecendo os riscos e oportunidades que a divulgação das atuações da RSE traz. Para tais empresas, atualmente, o alinhamento do comportamento corporativo com as expectativas dos *stakeholders* é uma contínua prioridade aos negócios (Dawkins, 2004). As informações sociais e ambientais oferecem

explicações para decisões corporativas e também revelam informações aos *stakeholders* para prover legitimidade em suas atuações.

Entretanto, algumas vezes expor as atuações sociais ou ambientais das empresas pode levar à avaliação negativa da imagem corporativa, o que prejudica o objetivo financeiro corporativo. Isto induz os tomadores de decisão a não tornar transparente os impactos negativos das empresas, o que gera uma crise de legitimidade da publicação de suas atuações sociais (Rahaman *et al*, 2004).

No que diz respeito ao risco ocorrido pela transparência há casos de empresas que rejeitam novos negócios com outras corporações em virtude das violações de complacência e da má conduta ética (Martin, 2002), que é uma confirmação empírica do argumento anterior. Há gestores que na suposição de desvio de conduta por parte de outras corporações que procuram criar aliança, mesmo que estas tragam benefícios de novos negócios, negam formar vínculos. A transparência inerentemente traz riscos. Conseqüentemente, empresas que demonstram ser responsáveis socialmente estão mais atentas aos vínculos que formam com as outras empresas.

2.1.3. Questões Sociais e Econômicas

A percepção de que a RSE requer um *tradeoff* de soma zero com interesses econômicos corporativos está fortemente identificado com a economia neoclássica (Burke e Logsdon, 1996). Nesta mesma linha de pensamento, Burke e Logsdon (1996) argumentam

que enquanto RSE poderia requerer custos de curto prazo, há contra partida do benefício em longo prazo.

Continuando este argumento, as empresas se beneficiariam com a maior legitimidade social e com menos regulamentação do governo, e que para propiciar uma sociedade melhor, se deveria buscar benefícios de longo prazo. Complementando, embora uma visão um pouco diferente da RSE, caberia ao governo dar suporte com mais ênfase, sobretudo àqueles setores que nenhuma empresa teria interesse de prover melhorias (Burke e Logsdon, 1996).

Ainda nesta questão, enquanto as pressões na busca do equilíbrio do desenvolvimento econômico e social aumentam (Kriebel *et al*, 2001), gestores enfrentam desafios e criam oportunidades para pensar diferentemente sobre os modos de como suas empresas podem ser conduzidas através da governança corporativa e de como resultados podem ser comunicados.

No que tange assuntos sociais, Ryuzaburo Kaku (1998), principal executivo da *Canon Inc*, escreveu que uma empresa não conseguirá sobreviver no século XXI se buscar somente o lucro à custa de tudo (Wind e Main, 1998). Vemos que há de fato maior preocupação do que é de interesse público e as empresas vêm tratando dos interesses da sociedade de forma mais dinâmica.

Realçando este argumento, existem novos limites para a busca por lucros. Investimentos em certas áreas ambientais ou sociais poderão se tornar mais econômicos por

evitar danos desastrosos e com isso causar impacto nos lucros em longo prazo. Verificam-se crescentes publicações de BS para alinhar os interesses empresariais com a eficiência social, proporcionando correspondência entre os diferentes contextos.

No tema que vincula ativos financeiros (ações) negociados em bolsa de valores e Investimento Socialmente Responsável (*Socially Responsible Investment*), cada vez mais, investidores estão diversificando seus *portfolios* apostando nas empresas comprometidas com o conceito de sustentabilidade empresarial. Os investidores são atraídos para este novo estilo de investimento, porque promete criar ao acionista valor agregado de longo prazo abrangendo oportunidades e gerenciamento de risco. O desenvolvimento econômico, ambiental e social tange desafios futuros e abrange dados não-financeiros como, por exemplo, critérios de qualidade de gerenciamento, governança corporativa, risco vinculado à reputação corporativa, gerenciamento do capital humano, relacionamento com os *stakeholders* e RSE (Knoepfel, 2001).

Vale lembrar que não tentamos argumentar que um negócio não precisa ter lucro, pelo contrário, porque se não houver lucro, a empresa desaparecerá e nada mais terá importância. As empresas se tornaram o grande “motor do progresso” econômico do mundo desenvolvido (Wind e Main, 1998), elas criam produtos, serviços e empregos, e com isso melhoram a qualidade de vida. Neste sentido, um negócio não-lucrativo desperdiça recursos humanos e financeiros.

2.1.4. Influências Externas

2.1.4.1. Os *Stockholders*

Há na literatura sobre os *Stockholders* vários segmentos. Entretanto ressaltamos neste item o argumento em que parte dos acionistas se torna atores itinerantes das empresas (Wind e Main, 1998). Nesta linha de pensamento, as grandes empresas são possuidoras de muitos sócios e muitos deles são *stockholders* (acionista) de curto prazo, ou seja, investem capital e assumem riscos financeiros. Muitos destes sequer têm idéia de que forma as empresas estão sendo geridas. Com isso, o acionista não tem um confiável controle da empresa da qual é sócio, portanto não está mais envolvido diretamente ao seu destino. Segundo MacNaughton (1971) *apud* Wind e Main (1998) isto faz com que a empresa não pertença efetivamente a ninguém no sentido de instituição privada, e paradoxalmente a todos, no sentido de que as grandes empresas se tornaram instituições públicas. Os acionistas se tornaram “atores itinerantes” enquanto que a empresa se tornou algo permanente na sociedade; A empresa não é de fato uma propriedade privada no “sentido tradicional” (MacNaughton, 1971 *apud* Wind e Main, 1998).

Reforçando o argumento, que tira do acionista o título de supremo e do principal ator envolvido ao capital da empresa, o risco do investimento que o acionista aloca nas empresas depende tanto do comportamento do mercado quanto do sucesso do setor específico. Neste contexto, a empresa enfrenta as exigências sociais desorganizadas e caóticas que o público faz (MacNaughton, 1971 *apud* Wind e Main, 1998).

Não pretendemos com isto reacender discussões políticas do “novo socialismo” (Safire, 1996 *apud* Wind e Main, 1998), enfatizando a necessidade de direitos iguais para todos os grupos de interesse na sociedade, tão pouco para compartilharem com o mesmo poder sobre empresas privadas.

2.1.4.2. O Governo

Devido à crescente discussão sobre as “externalidade negativa” no Brasil, há uma tendência das empresas em atenuar o uso excessivo dos recursos comuns. Colocar apenas nas “mãos” do governo a solução do problema pode exigir, do mesmo, medidas drásticas na tentativa de abreviar o uso abusivo dos recursos comuns, possivelmente através de regulamentação ou de impostos. As reações advindas das empresas tornam baldadas as sanções governamentais para resolver os problemas de ordem social. Existem muitos exemplos de empresas privadas e públicas que utilizam os recursos naturais em excesso. Muitos tomadores de decisões têm interesse de reduzir o problema do excesso de uso dos recursos naturais para evitar que o governo regularize as atuações empresariais ou imponha taxas, através de “impostos de Pigou” ou de regulamentações, no intuito de conter as “externalidades negativas” (Mankiw, 2001).

Prevendo que soluções drásticas advindas do governo podem ocorrer, como exemplo, regulamentação, ações coercivas, onerando as empresas por meio de impostos ou limitando licenças e recursos, as empresas têm trazido para si assuntos de ordem social e ambiental, e têm lidado com mais atenção a tais problemas. No mesmo sentido que as aspirações da sociedade moderna vêm se mobilizando com maior severidade pelos

problemas sociais e ambientais, as empresas podem se motivar e mobilizar para reduzir certos desequilíbrios.

Por um outro lado, muitas empresas ainda não se preocuparam, por exemplo, com a poluição que geram, ou tomaram alguma atitude em relação ao impacto que têm na sociedade. Nesta mesma linha, muitos tomadores de decisões não estão preocupados com os efeitos externos que sua empresa causa, com isso, aguardam enquanto o governo os impeça ou desestimize, tomando atitudes reativas, até que os mesmos vislumbrem algum tipo de incentivo para tais práticas de RSE a fim de proteger exclusivamente o interesse dos acionistas (*stockholders*).

2.1.4.3. Os *stakeholders*

As empresas estão considerando com mais proeminência as preocupações dos *stakeholders*. Muitas vezes, no intuito de que manter segredos de atitudes sociais e ambientais não desejáveis, quase sempre há um efeito reverso contra muitas corporações (Araya, 2006). Por isto, atualmente muitas destas empresas têm tornado transparentes suas atuações para o público.

2.1.5. Comunicação

Segundo Trevisan (2002, p.2) “As empresas precisam buscar novas formas de diferenciação [...] e mostrar a importância da prática da responsabilidade social pelas empresas e da divulgação de suas atividades sociais por meio do BS”. Além disso, na

medida em que os consumidores estão mais atentos à cidadania empresarial (*corporate citizenship*), “os BS podem ser utilizados pelos executivos como uma importante ferramenta para comunicação de marketing” (Trevisan, 2002).

Para tanto, Dawkins (2004) sugere que a comunicação eficaz da RSE depende de uma estratégia clara que torne possível avaliar as oportunidades e os riscos para a imagem da empresa, as quais devem ser moldadas distintamente para cada grupos específico de *stakeholders*.

Dawkins (2004) ressalta que existem desafios específicos em comunicar RSE, incluindo cepticismo das divulgações das atuações sociais da empresa e potenciais reações hostis de determinados grupos de interessados. Os diversos requerimentos de informações dos distintos grupos de *stakeholders* também apresentam especiais desafios de comunicação.

Em virtude da RSE ultimamente estar atuando dentro da estrutura da comunicação de marketing e visando incentivos baseados em como o mercado responde a tais atitudes, as empresas vêm observando com mais cautela seus investimentos em programas sociais e ambientais (Doane, 2004). O estudo de Maignan e Ferrell (2004) introduz um conceito de RSE que enfatiza o papel e sua contribuição potencial ao marketing. A estrutura sugerida por este estudo representa iniciativas de RSE como atuações empreendidas que sinalizam conformidade para ambos, empresa e *stakeholders*. Os autores (Maignan e Ferrell, 2004) discutem os processos administrativos necessários para monitorar e saber o que é legitimado aos *stakeholders* e assim podem incrementar o apoio dos mesmos.

2.1.6. Gestores

Os tomadores de decisões estão assumindo os efeitos de suas atuações possibilitando resolver os problemas causados pelas “externalidades negativas” no âmbito empresarial, através de investimentos para remediar as falhas sociais. O interessante de colocar a tona a responsabilidade social é que mesmo as empresas que são concorrentes e adversárias entre si, são parceiras no âmbito social, numa iniciativa conjunta sobre benefícios sociais que podem incentivar.

Embora haja na literatura algumas vertentes quanto à participação nos lucros, verificamos que algumas vezes o resultado de bom desempenho empresarial está diretamente relacionado com o bom desempenho de seus gestores. Com isto, os níveis salariais se tornam conseqüências do desempenho. A caráter ilustrativo, um estudo realizado pela *Business Week* entre os anos de 1980 e 1996, observou as divisões extremas entre valores dos pagamentos salariais de operários e o pagamento dos altos executivos (Wind e Main, 1998); Ressaltou que em 1980 os principais executivos de uma grande empresa ganhavam em média 42 vezes mais do que um trabalhador de fábrica, em 1995 tais executivos ganhavam 141 vezes e, em 1996, acresceu para 209 vezes em relação ao salário dos operários.

2.1.7. Um Enfoque em Assuntos Ambientais

Não fosse esta “tendência” da busca pela redução das “externalidades negativas”, haveria a negligência de tais efeitos nocivos causados pelas empresas, visto que o mercado

não é eficiente quando procura o equilíbrio entre a maximização do benefício através do lucro e a eficiência social. Muitas vezes empresas se vêm tomando decisões dicotômicas, como exemplo de empresas que causam impactos ambientais, havendo com isto um *tradeoff* entre lucro e efeitos nocivos ambientais, ou seja, lucrar mais significa degradar mais o meio ambiente e vice-versa.

Em função disto, empresas têm sido solicitadas na alusão da gestão ambiental, na intervenção e na participação de soluções dos problemas que cientistas ambientais sugerem. Neste contexto, existe uma relação de realimentação entre a ciência ambiental e as práticas corporativas ambientais. Enquanto que, mantendo o enfoque em entender o mundo, cientistas ambientais devem estar cientes de seu trabalho como força política e de sua responsabilidade social para proteger o ambiente e a humanidade (Kriebel *et al*, 2001). Com isso, os cientistas ambientais desempenham um importante papel na sociedade em resposta aos problemas ambientais, bem como muitos estudos apresentados também afetam as atuações empresariais. Kriebel *et al* (2001) propõe quatro componentes centrais como diretriz na “decisão ambiental”:

- a. Ações preventivas em face de incerteza;
- b. Trocando a nocividade da reação de algum fato ocorrido pelos proponentes de uma pré-ação;
- c. Explorando uma grande variedade de alternativas para evitar antecipadamente atuações possivelmente prejudiciais;
- d. Incrementando a participação pública na tomada de decisão.

Quanto às mudanças climáticas, no estudo de Siqueira *et al* (2000) foram avaliados reflexos do efeito estufa na produção nacional de grãos de trigo e de milho e se constatou que mudanças climáticas ocasionadas por tal efeito irão implicar na redução média de 31% na produção nacional de grãos do trigo e 16% na produção do grão do milho. Estes são apenas dois exemplos no impacto que a agricultura sofrerá nos próximos 20 ou 30 anos. Reflexos potenciais expressivos na produção agrícola brasileira e conseqüentemente nas exportações, visto que o Brasil é considerado mundialmente como “celeiro do mundo”, terá impetuosas conseqüências futuras no cenário econômico brasileiro.

Já no assunto sobre o “crédito de carbono”, quando uma empresa utiliza o recurso comum, diminui o benefício que outras empresas ou pessoas disponibilizam na mesma proporção, como na questão da “tragédia dos comuns”. Outro exemplo da intrincada alteração sobre como dividir recursos naturais e os tornar bens privados, é o crédito de carbono, que “vende” ou “troca” parcelas de ar puro para emitir gás carbônico para a atmosfera. Considerando que as empresas são agentes que utilizam substancialmente os recursos naturais, as conduzem ao dever de participar das possíveis soluções que vão além do domínio de políticas governamentais.

Em vista disto, algumas empresas estão apresentando suas parcelas de contribuição na área de atuação social, sendo pró-ativas no aporte de investimentos ambientais, e tomando atitudes práticas em virtude da utilização excessiva dos recursos naturais. No caso da emissão do gás carbônico na atmosfera, conforme comentado, o setor privado sugeriu

esta solução do “crédito de carbono”⁵ que estimulou a discussão deste assunto não somente entre as empresas como também no meio acadêmico e na sociedade em geral.

2.2. Balanços Sociais

2.2.1. Conceito

Os BS têm o intuito de informar, através da publicação, as atividades das empresas que utilizam práticas sociais e ambientais. Muitas destas empresas produzem e publicam estes relatórios com formato próprio e particular, visto que a publicação de BS no Brasil não é exigida por lei. Os BS possibilitam o diálogo com a sociedade, é também uma ferramenta que os gestores utilizam para a prática e comunicação da RSE (Doane, 2004).

Atualmente há várias instituições criadas no intuito de sugerir diretrizes, normas e padrões para assegurarem a qualidade do BS (Adams e Evans, 2004). Existem muitos fatores que influenciam na extensão e estilo da publicação do BS, como também na ênfase em determinadas áreas em que os BS são apresentados. Enquanto prévias pesquisas lançaram alguma luz nos fatores que poderiam ajudar a explicar a decisão para revelar informações sociais, ainda permanecem assuntos não resolvidos, e assuntos empíricos que são “não conclusivos” ou contraditórios (Adams, 1998). Maior compreensão destes fatores influenciará nos debates e informará como tais aperfeiçoamentos poderiam ser feitos.

⁵ “O mercado de carbono funciona sob as regras do Protocolo de Quioto, onde existem mecanismos de flexibilização para auxiliar na redução das emissões de gases do efeito estufa” (carbonobrasil, 2008).

No que concerne à qualidade dos BS, Adams e Evans (2004) lidam com duas preocupações em alcançar maior qualidade nos BS, que são as publicações incompletas e a falta de credibilidade dos relatórios. As tendências atuais sugerem que estamos numa nova fase de reportar com mais ênfase relatórios de responsabilidade social, apesar de ainda haver um grupo significativo de empresas que não aderiram a esta tendência (Line *et al*, 2002). Seguindo esta afirmação, enquanto um grupo de empresas produz relatórios completos, outros estão lutando para implementar algum tipo de atuação social ou ambiental. Silva *et al* (2001, p.62) analisa a tendência da publicação dos BS.

Esta maior decisão das entidades em aprimorar a qualidade e a quantidade de informações oferecidas a seus associados, em apostar no convívio por meio de seminários e intercâmbios, considerados como recursos importantes para promover uma efetiva integração no mundo globalizado dos negócios, revitaliza o desempenho da atividade e parece incentivar a aproximação dos sócios e proporcionar uma vida associativa mais intensa.

Em face disto, as auditorias sociais têm a função de aperfeiçoar e aumentar a credibilidade de reportar os BS (Adams e Evans, 2004), neste sentido deve haver o envolvimento dos *stakeholders*, para que desta forma reduza a discrepância entre o que há publicado nos BS e nas atuações das empresas. Ressalta-se também o critério apropriado para o desenvolvimento e o aperfeiçoamento de sistemas de informações úteis para gerenciamento e monitoração que, onde apropriada, podem alterar positivamente a performance social das empresas (Preston, 1981).

O *AccountAbility*⁶ 1000 é um exemplo de incitamento ao incremento da qualidade dos BS que sugere diretrizes, normas e padrões para assegurar que empresas produzam relatórios completos e que cumpram com as expectativas aos que buscam informações sociais empresariais (Adams e Evans, 2004).

2.2.2. Índice de Sustentabilidade

O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), que foi criado em 2005, é direcionado aos investidores, para apontar o desempenho das ações (ativos financeiros) de empresas avaliadas como as de melhor atuação nas várias dimensões da Responsabilidade Social, listadas na Bovespa.

O Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), foi inspirado em iniciativas anteriores das bolsas de Nova York, Londres e Joanesburgo, como é o exemplo do *Dow Jones Sustainability Index*. O ISE tem o objetivo de traçar um perfil da responsabilidade social e do comprometimento da boa governança corporativa das empresas S.A. nacionais e foi o primeiro Índice de Sustentabilidade da América Latina. Inicialmente o ISE foi constituído por 28 empresas.

O Conselho do ISE decidiu que qualquer setor produtivo poderia fazer parte da carteira, inclusive os de tabaco, bebidas alcoólicas e armas (Charão, 2005) decisão esta que

⁶ “*AccountAbility 1000* (AA1000) é um padrão de processo de uso voluntário para a gestão da contabilidade, auditoria e relato da responsabilidade corporativa, tendo sido lançado pelo *Institute of Social and Ethical Accountability*” (Dias, 2006). Este título é propositalmente escrito com a letra “A” em maiúsculo no meio da palavra.

rendeu a saída do Instituto Brasileiro de Análises Sócio-Econômicas (IBASE) do conselho, muito embora estas empresas, ao entrarem na carteira (*portfolio* financeiro), obtiveram pontos negativos no critério “natureza dos produtos”.

Ainda referente aos setores, aquele que mais representou o ISE foi o setor de energia elétrica, com oito empresas selecionadas em 2005. Isso se deve ao histórico da Associação Nacional de Empresas de Energia Elétrica (ANEEL) com o comprometimento de assunto relacionados a sustentabilidade (Charão, 2005).

2.2.3. Histórico do Balanço Social

O “Guia para Elaboração de Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade”, desenvolvido pelo instituto ETHOS, descreve de forma lacônica que na década de 1970 houve os primeiros passos em direção a elaboração de BS no mundo (Ethos, 2008). Concretamente, em 1977, o governo Francês decretou uma lei obrigando que empresas possuidoras de 750 funcionários ou mais, deveriam publicar suas práticas sociais do trabalho. No ano seguinte, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES) iniciou debates aqui no Brasil com o intento de promover relatórios deste tipo. Seis anos depois, uma empresa Brasileira do setor químico produziu o primeiro BS no Brasil. Em 1997, com o esforço do sociólogo Herbert de Souza⁷, lançou uma campanha, que propunha a publicação voluntária de BS de empresas instaladas no Brasil. No ano seguinte, o Instituto ETHOS iniciou suas ações com a iniciativa de promover o “Prêmio

⁷ Este sociólogo, conhecido popularmente como Betinho, foi fortemente atuante na divulgação sobre a importância da RSE na sociedade civil.

Balanço Social” que tinha como desígnio espargir a transparência das atuações empresariais e estimular práticas neste sentido.

2.2.4. Modelos de Balanço Social no Brasil

Há muitos fatores que influenciam na extensão e estilo da publicação do BS, como também na ênfase em áreas particulares em que os mesmos são apresentados (Adams, 1998). Fundamentalmente, encontramos nas publicações das empresas brasileiras, três tipos mais conhecidos de BS, dentre os quais dois são nacionais, O IBASE, e o ETHOS e um internacional, o *Global Report Initiative* (GRI):

1. O IBASE foi idealizado e lançado em 1997 pelo já comentado sociólogo Herbert de Souza. Foi inspirado no formato dos balanços financeiros (Ethos, 2008). Além de relatório contendo informações sobre desempenho social e ambiental, também apresenta desempenho econômico e dados sobre governança corporativa⁸, possibilitando o diálogo com os *stakeholders*.
2. O ETHOS, proposto pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, é baseado em relatórios de atuações e princípios das empresas. Este modelo propõe detalhamento maior em comparação ao IBASE, por expor as tomadas de decisão de cunho social e ambiental, e resultados obtidos com tais atuações. Este modelo incorpora a planilha sugerida pelo IBASE.

⁸ Conforme mencionamos no tópico “delimitação do estudo”, excluímos do estudo dados sobre governança corporativa que consta nas “Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial” do BS e também informações sobre desempenho econômico do tópico “Base de Cálculo”. Esta exclusão ocorreu por não haver informações no estudo de 2001 (Puppim de Oliveira, 2005) o que impossibilita comparações com informações averiguadas para este estudo.

3. O modelo internacional também encontrado nas publicações brasileira é o modelo sugerido pela *Global Report Initiative* (GRI) que, como os outros, visa tornar transparentes as atuações e atividades no âmbito social e ambiental das empresas. Este é o modelo mais abrangente entre os três. Apesar deste modelo de BS ser considerado internacional, já possui versão em português; Este possui metodologias, fontes de referência e Indicadores de desempenho.

2.2.4.1. IBASE

Desde que o sociólogo Herbert de Souza sugeriu planos de atuação social com o suporte do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), o Brasil tem desenvolvido crescente movimento nesta área. Utilizando os meios de comunicação de massa, o sociólogo fez o grande público refletir mais veementemente sobre questões sociais e ambientais e da RSE.

Desde o início, o IBASE possui a característica de ser simples e de fácil entendimento, o que facilita às empresas a preencher seus BS, de forma concisa e praticamente sem custo. O Anexo 2 demonstra a estrutura do modelo sugerido pelo “Guia para a Elaboração do Balanço Social”. O IBASE possui meios para as empresas esclarecerem à sociedade suas atuações de responsabilidade social através de seus indicadores sociais internos, externos e ambientais. O IBASE possui Indicadores quantitativos referentes a informações, não apenas de cunho sociais e ambientais, como também sobre valores econômicos da empresa, o que facilita contabilizar e a avaliar

informações financeiras disponíveis aos gestores e à sociedade em geral. O IBASE também possui alguns Indicadores qualitativos, com preenchimento de múltipla escolha. Também abre espaço à “Outras informações” caso haja necessidade de explicitar em detalhes, de forma descritiva, as atuações sociais.

Em 1998 o IBASE criou o “Selo Balanço Social IBASE/Betinho”, cujo objetivo era oferecer às empresas que optaram por publicar seu modelo a seguirem padrões desejáveis de preenchimento do relatório de responsabilidade social. Em 2005 houve 52 empresas que seguiram os critérios estabelecidos e com isto foram certificadas com o selo IBASE (Base de dados Balanço Social/IBASE, 2006). É importante salientar que o Selo não é aprovisionado para empresas que fabricam bebidas alcoólicas, de cigarros ou de armas e ele pode ser retirado se a empresa se envolver em denúncias de corrupção, ou com violação de condutas sociais, ambientais ou dos direitos humanos.

2.2.5. Balanço Social no Mundo

Não somente as empresas que operam no Brasil, mas também as que operam como multinacionais ao redor do mundo, estão enfrentando significativas pressões que refletem a ambição de integrar o desenvolvimento sustentável no modelo do desenvolvimento econômico.

Peinado-Vara (2004) quando examinou a RSE na América Latina e Caribe, observou que o grau de desenvolvimento, não apenas econômico com também social, é

muito diverso e varia enormemente entre os 35 países nesta região. Entretanto, no geral, percebem-se evidências que demonstram movimento crescente da RSE na região.

Mônica Araya (2006) apresentou uma análise quantitativa de padrões publicados entre 250 empresas na América Latina. A análise estatística mostra que a prática da publicação de BS é mais provável no meio de empresas que operam em setores considerados ambientalmente sensíveis, assim como em empresas que são internacionalmente orientadas. Consistente com a pesquisa previamente comentada há evidências que o país de origem da empresa também afeta na escolha de reportar seus BS. Em particular, a pesquisadora comentou que empresas do Brasil vêm ganhando posições significativas em relação aos outros países da América Latina, ou seja, que são mais prováveis terem seus BS reportados que de outras empresas Latino-americanas.

Já na Europa, A Lei 77.769 de 1977 outorgou obrigatoriedade à divulgação das informações sociais na França, o que o fez primeiro país no mundo a tornar compulsória a publicação das atuações sociais advindas das empresas situadas no país. Na década de 80, a lei 141 de 1985 exigia que empresas em Portugal com mais de 100 empregados deveriam compulsoriamente divulgar suas atuações sociais. Na década de 90, segundo decreto real na Bélgica, o BS deveria ser inserido nas demonstrações anuais e o mais interessante é que esta lei se tornou legitimada em virtude das exigências do mercado, ou seja, houve abdicação das compras por parte dos consumidores às empresas que não publicavam suas atuações sociais (Cunha e Ribeiro, 2004 *apud* Carvalho, 2007, p.6).

Na Itália, Secchi (2006) valida que, a publicação do BS é de crescente importância. Depois de considerar a evolução da literatura italiana no assunto, Secchi (2006) descreve que há relação entre a literatura e as práticas de tais publicações, o que foi empiricamente fundamentado em relatórios sociais de 62 empresas italianas.

Por um outro lado, a Espanha é um dos países da Europa com menor percentual da economia investida de acordo com critérios de RSE. As empresas e o poder público se incorporaram com atraso às tendências internacionais da RSE. Com isto, mostra-se o escasso avanço, que parece corrigir-se nos últimos tempos, das empresas espanholas. Isto se deriva, em parte, dos escassos incentivos oferecidos dos mercados financeiros e da motivação empresarial espanhola à adoção de boas práticas no âmbito da RSE.

Em vista de tudo isto, em âmbito mundial, as empresas mais expostas ao mercado internacional se viram obrigadas a dar os primeiros passos (Lafuente *et al*, 2003). Pesquisas feitas com leitores e potenciais usuários de BS em países do exterior (Dierkes, 1985) discutem a fase de desenvolvimento desta ferramenta de informação que são os BS e sugerem implementações qualitativas, a avaliação de seu impacto e conseqüências nos negócios das empresas que os publicam.

CAPÍTULO III – METODOLOGIA

Conforme exposto na Introdução, temos como objetivo fazer as análises qualitativa e quantitativa das empresas pertencentes ao *ranking* FGV das “500 maiores empresas S.A. não financeiras do Brasil” (Revista Conjuntura Econômica, 2006) a fim de averiguar a frequência da publicação de BS e os efetivos Investimentos Sociais e Ambientais. Em outros termos, almejamos comparar a frequência de publicação de BS, das 500 maiores empresas no Brasil, com os investimentos sociais, através dos Indicadores Sociais e Ambientais publicados no modelo IBASE de BS.

3.1. Tipo da Pesquisa

O presente estudo se configura, quanto aos fins, como uma pesquisa descritiva. Segundo Vergara (2007), a pesquisa descritiva expõe características de determinada população. No nosso estudo a população se configura como as 500 maiores empresas segundo *ranking* FGV. Também será exploratório, por sua natureza de sondagem e pelo propósito de nos possibilitar a familiarização do fenômeno que será investigado. Isto irá propiciar maior entendimento da população analisada. A busca de dados para a análise quantitativa se valerá de informações amostrais. Já o levantamento de informações para a análise qualitativa, será utilizado o universo das empresas pertencentes ao *ranking* mencionado que publicaram seus BS no ano de 2005. Com isto, iremos promover a compreensão do problema da pesquisa. Quanto aos meios, a investigação será documental, porque se valerá de BS disponibilizados na Internet pelas empresas que dizem respeito ao objeto de estudo.

3.2. População e Amostra

3.2.1. População

Conforme mencionado anteriormente, a população da pesquisa é constituída por todas as “500 Maiores Empresas Sociedades Anônimas não financeiras do Brasil” presentes no *ranking* desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Economia (IBRE), da Fundação Getúlio Vargas (FGV). Este *ranking* foi divulgado na revista “Conjuntura Econômica” e publicado em agosto de 2006. O critério de classificação deste *ranking* se deu através da metodologia criada pelo IBRE e foi elaborada segundo o valor de seus ativos, seguido pelas Receitas Operacionais Líquidas (ROL) e por fim, a soma de suas receitas.

3.2.2. Amostra

A amostra é representada pela interseção entre as empresas que utilizaram o modelo IBASE de BS e estavam presentes no *ranking* mencionado, no ano de 2005. Acreditamos que as empresas, ao disponibilizarem suas atuações sociais ao Instituto IBASE, estão legitimando seus BS. Conforme pode ser verificado nos Anexos 3 e 4, a amostra foi constituída por 79 empresas.

Vale ressaltar que o motivo pelo qual o modelo IBASE foi escolhido para constituir a amostra, foi por ter sido fundamentalmente um BS desenvolvido no Brasil e por permitir

estabelecer um padrão comum para a análise quantitativa, conforme veremos no capítulo seguinte.

3.3. Coleta de Dados

A coleta de dados se desenvolveu através da procura em *websites* das empresas e normalmente os BS eram localizados no tópico “relacionamento com o investidor”⁹.

Não foram efetuados contatos telefônicos ou através de e-mail solicitando o envio de BS impressos referentes ao ano de 2005. Com isto, buscou-se ter certeza que estes se tratavam dos BS que qualquer usuário da Internet tivesse acesso, a fim de atingir um dos objetivos da pesquisa de verificar se os *stakeholders* têm acessibilidade às informações sociais das empresas brasileiras em geral.

Na primeira parte da coleta de dados, que havia o intuito de qualificar as empresas quanto à publicação do BS, foram considerados todos os formatos, ou seja, IBASE, GRI, ETHOS ou formatos de BS desenvolvido pela própria empresa. Na coleta de dados em *websites* das empresas, não foi considerada relevante a qualidade dos BS, ou seja, se estavam completos ou não, uma vez que na primeira fase da pesquisa apenas qualificamos se os relatórios foram ou não publicados. Também não consideramos relevante se tais BS haviam sido publicados junto com o relatório anual, separado ou apenas como uma página do *website* da empresa.

⁹ Os BS foram coletados com a ajuda dos assistentes do professor Puppim de Oliveira, assim como pelo próprio.

Na segunda fase da coleta de dados, buscou-se a publicação dos BS com modelo IBASE¹⁰. Para tanto, localizou-se no próprio *website* do Instituto IBASE informações referentes as 79 empresas que formaram a amostra. Nesta fase, foram coletados apenas alguns elementos representantes dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais necessários para nossa análise quantitativa.

Após reunir os dados publicados no BS IBASE, buscou-se as informações das empresas quanto aos respectivos, Lucro Líquido (LL) e Receita Operacional Líquida (ROL), disponibilizados na revista “Conjuntura Econômica” (FGV, 2006) anteriormente citada.

3.4. Limitações do Método

O estudo ficou restrito às empresas que disponibilizaram de forma facilmente acessível em seu *website*. Neste sentido, procurou-se adotar a forma de busca dos *stakeholder* na localização de informações de cunho social. Foram também desconsideradas as empresas que apresentavam o seu *website* “fora do ar”, “sem *link*” ou que de alguma forma impossibilitou a pesquisa de seus dados na Internet no momento da busca.

Destacamos que publicações sobre investimentos sociais e ambientais têm maior propensão a serem divulgados pelas empresas que investiram nestas áreas em lugar

¹⁰ O modelo IBASE de BS é bastante difundido e popularmente conhecido pelas empresas Brasileiras, o que facilita o preenchimento das informações numéricas pelas empresas.

daqueles que assim não fizeram; ou muitas vezes motivadas a responder aos *stakeholders* por suas “externalidades negativas”, conforme foi discutido na revisão bibliográfica. A avaliação das empresas que não atuam de acordo com os princípios do desenvolvimento sustentável, apesar de suas publicações dos BS, ficara de fora do escopo desta pesquisa.

A amostra desenvolvida para o estudo quantitativo se fixou nos BS que há padrão comum. Outros modelos de BS foram considerados apenas na qualificação das empresas pertencentes ao *ranking* mencionado. Portanto, outros modelos de BS diferentes do IBASE, de onde extraímos informações dos Indicadores Sociais e Ambientais, foram desconsiderados para a análise quantitativa.

A limitação da abrangência da pesquisa quantitativa, utilizando apenas o IBASE, pode deixar de fora algumas empresas que fizeram investimentos substancialmente consideráveis, por ter um padrão que lhe é peculiar. A amostra selecionada de 79 empresas é limitada e pode distorcer números mais próximos do real, ou seja, dos investimentos sociais contribuídos pelas empresas do universo analisado.

Não foi possível verificar se os valores de contribuição publicados nos BS foram realmente investidos nas áreas conforme publicação. Assumimos que o relatório destas empresas, relativo ao ano de 2005, é verossímil com suas atitudes e de estarem de acordo com o que consta em valores apresentados no IBASE. Adicionalmente, não foram qualificadas as empresas que obtiveram suas informações associadas à auditoria, caso tenha ocorrido algum tipo de auditoria.

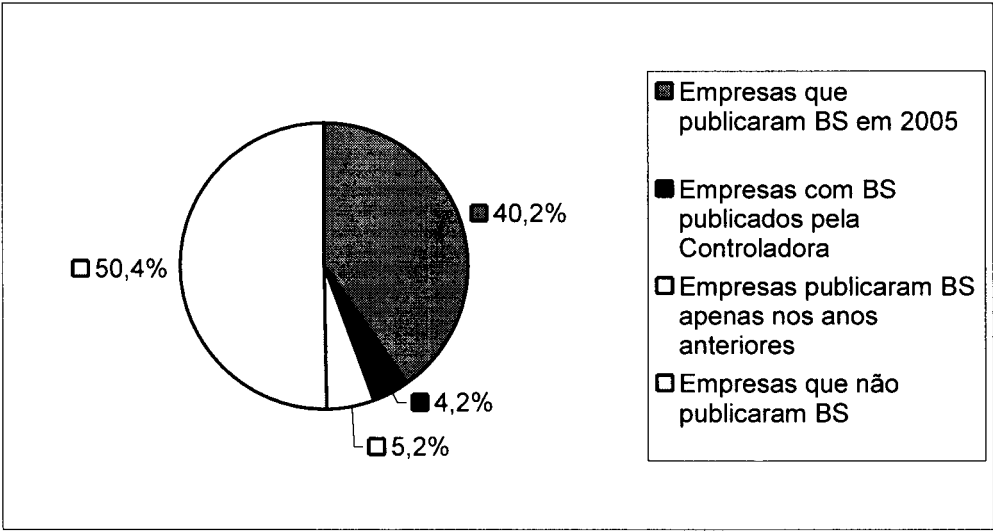
CAPÍTULO IV - ANÁLISE DE DADOS

4.1. Análise qualitativa

Nesta análise verificamos a qualificação das empresas quanto à publicação do BS. Utilizamos o universo das 500 maiores empresas segundo *ranking* da FGV (Revista Conjuntura Econômica, 2006). A planilha completa contendo os dados coletados pode ser encontrada no Anexo 1.

Com base no referido *ranking*, desenvolvemos o Gráfico 1 no intuito de demonstrar, por meio de frequência, o percentual das empresas que publicaram seus BS.

Gráfico 1 - Empresas que publicaram BS entre as 500 maiores empresas



Na construção deste Gráfico 1 foram agrupadas as empresas quanto sua publicação do BS nos seguintes tópicos:

- publicação do BS no ano de 2005;
- apenas os BS publicados anteriormente ao ano de 2005;
- se as empresas subsidiárias e suas respectivas controladoras haviam publicado BS.

Como alertamos no capítulo da metodologia, nesta fase da análise apenas verificamos se os BS foram ou não publicados, portanto não consideramos relevante se os documentos estavam completos ou não, e se foram publicados juntos ou separados do relatório anual. Também não foram qualificados quanto aos seus modelos de BS, como exemplo, IBASE, ETHOS, GRI, etc.

Observando o Gráfico 1, verificamos que 201 das 500 empresas (40,2%) publicaram BS com dados do ano de 2005, 21 das 500 empresas (4,2%) tinham seus BS publicados pelo *holding* (controladora) e que 26 das 500 empresas (5,2%) haviam publicado o BS apenas nos anos anteriores a 2005 (ano foco da pesquisa).

Os dados do ano de 2001 indicaram que apenas 30,4% das empresas haviam publicado BS (Puppim de Oliveira, 2005). Se compararmos este resultado com o percentual de publicação dos BS em 2005, podemos verificar que houve acréscimo substancial de 30,4% para 49,6% das empresas que publicaram BS entre os anos de 2001 e 2005.

É importante salientar que algumas empresas não publicam todos os anos seus BS, isto significa que algumas empresas utilizam BS passados para demonstrar suas atuações sociais, podendo com isto, enfatizar o ano em que houve maior investimento social, e não divulgar o BS no ano em que houve menor contribuição. Este fato pode provocar à empresa uma imagem “não transparente”, por isso, as empresas que se propõem a divulgar seus BS, deveriam fazê-lo anualmente.

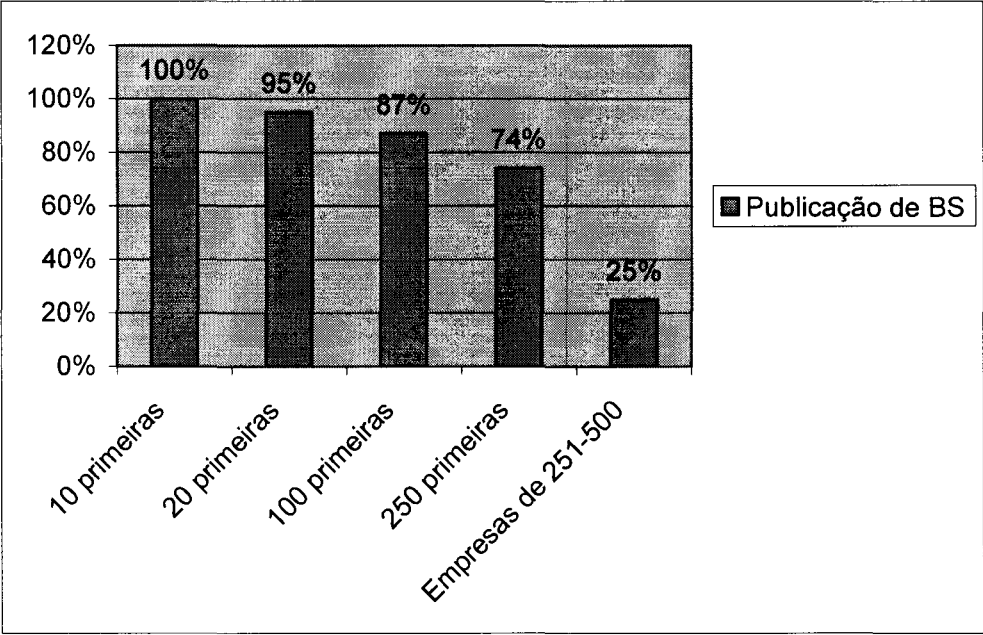
Apesar disto, podemos inferir que assuntos que advém da ordem social e ambiental estão em expansão. As empresas estão mais propensas a disponibilizar suas atuações sociais ao público em geral. Aparentemente, estão motivadas a atuar em conjunto com o governo no sentido de propor otimização social e contribuir em investimentos sociais e ambientais.

4.1.1. A publicação do BS quanto ao tamanho da empresa

Para ilustrar as frequências de publicação dos BS, desenvolvemos o Gráfico 2 em que a escala de frequência foi dividida entre as 10, 20, 100 e 250 empresas quanto às posições do *ranking* comentado.

Verificamos que as dez maiores empresas do *ranking* obtiveram 100% de adesão quanto à publicação de seus BS. Entretanto, das empresas posicionadas entre 251 e 500 do *ranking*, apenas 24,8% publicaram BS. Com isto verificamos que, quanto menor o tamanho das empresas, menos se verifica BS publicados.

Gráfico 2 – Frequência de publicação dos BS em 2005

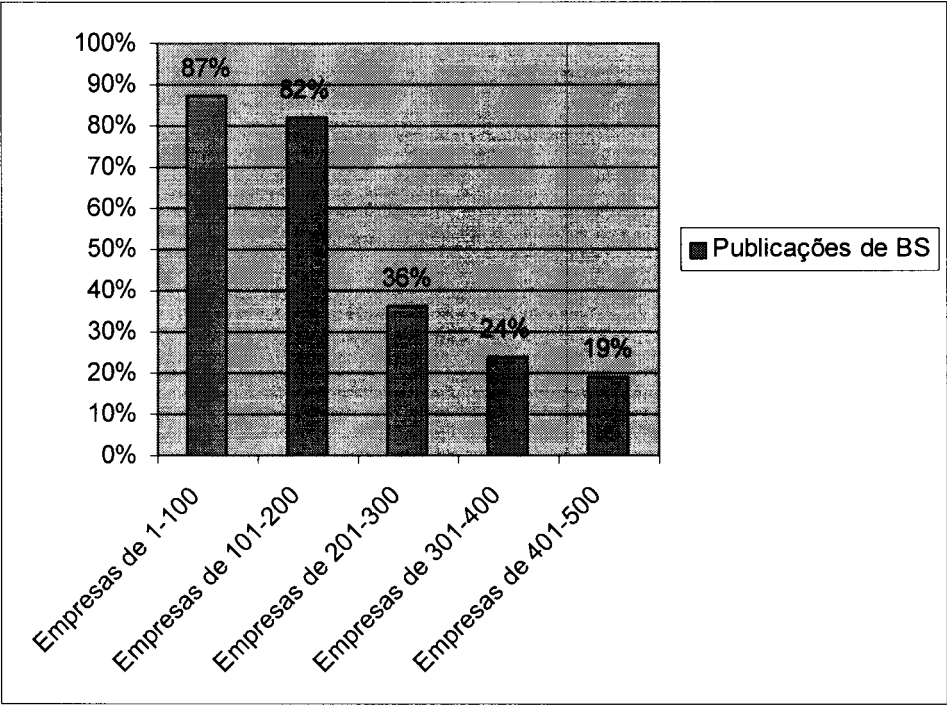


Podemos observar que há relação direta entre o tamanho da empresas e a frequência de publicação do BS. Ao comparar com dados da pesquisa de Puppim de Oliveira (2005), houve acréscimo em todas as seções do Gráfico 2. Vale destacar que empresas menores, de posição 251-500 do *ranking*, ainda apresentam modestos números de publicação do BS. Entretanto, houve acréscimo de 10,8% para 24,8% de publicação dos BS verificado entre os anos de 2001 e 2005.

Conforme comentado anteriormente, o número de publicações dos BS é substancialmente mais alto nas primeiras empresas presentes no *ranking*, ou seja, as maiores empresas são significativamente mais propensas à publicação. Com isto podemos inferir que empresas possuidoras de lucros e receitas volumosas são mais propensas ao investimento sociais e mais tendenciosas a demonstrar suas atuações sociais.

Na construção do Gráfico 3 houve a intenção de continuar ilustrando as freqüências de publicação dos BS quanto ao referido *ranking*. Desta vez, a escala de freqüência foi dividida em centenas.

Gráfico 3 - Freqüência de publicação dos BS em 2005 sectionadas entre centenas



De acordo com o Gráfico 3, a freqüência de publicação dos BS entre as 200 primeiras empresas é substancialmente mais alta que a publicação das empresas a partir de número 201 do *ranking*, que ainda são bastante modestas. Das empresas entre 201 e 300 do *ranking*, apenas 36% publicaram BS, entre 301-400 e 401-500 somente 24% e 19% respectivamente publicaram BS. Como o número de publicação é relativamente alto nas duzentas primeiras empresas, os números confirmam que estas empresas demonstram maior propensão às publicações do BS em contraste às posteriores.

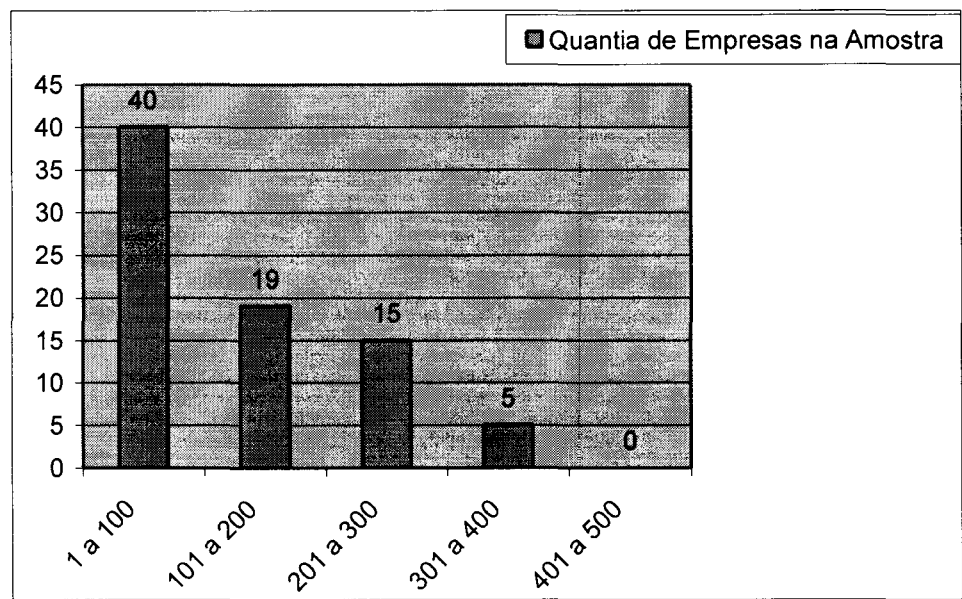
4.2. Análise quantitativa

Pretendemos neste tópico analisar as atuações das empresas, através dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais, que utilizam o IBASE como modelo de BS. Pretendemos verificar, através de comparações, se houve acréscimo ou decréscimo dos dados analisados na amostra. Estarão presentes na referida amostra às empresas pertencentes ao *ranking* FGV e (interseção) que disponibilizaram no *website* do Instituto IBASE seus BS no ano de 2005.

4.2.1. Análise utilizando a amostra

Somente a título ilustrativo verificamos se, as 79 empresas contidas na amostra para a análise quantitativa, correspondem às frequências de publicação da análise qualitativa. Para tanto, construímos o Gráfico 4 utilizando as 79 empresas da amostra e observamos as frequências de publicação, de acordo com suas posições entre as centenas do *ranking* referido. Após isto, comparamos as frequências de publicação dos BS da amostra com a frequência de publicação do universo analisado.

Gráfico 4 - Frequência de publicação dos BS na amostra.



Nos dados verificados no Gráfico 4, entre as 100 primeiras empresas do *ranking* estão presentes 40 empresas. Na frequência de empresas entre 101 a 200 do *ranking* estão 19 empresas, entre 201 a 300 há 15 empresas, no penúltimo grupo de 301 a 400 estão presentes apenas cinco empresas e não há nenhuma empresa entre as 401 a 500 que publicaram seus BS no instituto IBASE (IBASE, 2008).

As empresas contidas na amostra estão concentradas entre as maiores empresas do *ranking* comentado. Isto confirma que a utilização das 79 empresas contidas na amostra para a análise quantitativa está de acordo com a análise qualitativa, no que diz respeito à frequência de publicação dos BS das empresas maiores. Vale ressaltar que a lista das empresas pertencente à amostra se encontra no Anexo 2.

Destaca-se que:

(1) No intuito de apresentar algum relativismo a outras pesquisas se deve levar em consideração a metodologia que foi peculiar a esta análise de dados. Tentamos avaliar o acréscimo ou decréscimo dos percentuais calculados dos investimentos sociais, portanto vale enfatizar que as empresas presentes na amostra podem apresentar atitudes díspares em outros anos e em outras conjunturas.

(2) Na análise quantitativa de cada Indicador, foram consideradas informações fornecidas pelo grupo de 79 empresas. Este número de empresas foi constante, o que significa que os BS das empresas que deixaram lacunas incompletas em lugar dos dados de seus Indicadores, foram considerados como valor de “zero” real (R\$0,00).

(3) Todas as 79 empresas da amostra sempre entrarão no somatório geral para calcular a média, mesmo não tendo investimentos em determinados Indicadores, isto significa que, para o cálculo da média de investimento social, utilizamos o número constante de 79 empresas no denominador.

(4) O número de empresas que constitui a amostra é de 79 empresas (15,8%) que é um número modesto para população das 500 empresas, o que permite aqui propor futuras pesquisas quantitativas com número maior de empresas na amostra.

4.2.2. Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais.

Neste tópico pretendemos verificar os investimentos sociais das empresas contidas na amostra equivalente ao Lucro Líquido (LL), assim como da Receita Operacional Líquida (ROL). Para tanto, obtivemos os somatórios dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais das 79 empresas da amostra e dividimos com o somatório do LL e com o somatório do ROL. Os resultados em percentuais permitirão inferir sobre os Indicadores Sociais e Ambientais das empresas contidas no universo analisado. A Tabela contendo os valores dos Indicadores pode ser averiguada no Anexo 3 assim como do LL e do ROL no Anexo 4.

4.2.2.1. Somatório do Total dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais.

Pretendemos indicar as atuações das empresas através de seus investimentos sociais e ambientais. Para tanto, foi necessária a construção da Tabela 1 contendo o somatório total dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais contidos no modelo IBASE de BS. O resultado foi dividido pelo somatório do ROL das empresas da amostra a fim de verificar sua equivalência quanto aos investimentos sociais e ambientais das empresas.

A seguir, a definição do conteúdo de cada Indicador:

- Total dos Indicadores Sociais Internos
 - 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 dos Indicadores Sociais Externos
 - Educação
 - Cultura
 - Saúde e saneamento
 - Habitação
 - Esporte
 - Lazer e diversão
 - Creches
 - Alimentação
 - Combate à fome e segurança alimentar
 - Outros
 - Tributos (excluídos encargos sociais)
- Total dos Indicadores Ambientais.
 - Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa
 - Investimentos em programas e/ou projetos externos

Tabela 1 – Somatório dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais.

Indicadores Sociais Internos	19.427.479
Indicadores Sociais Externos	132.723.557
Indicadores Ambientais	3.549.258

Total dos Indicadores Internos, Externos e Ambientais.	155.700.294
Número de empresas da amostra	79
Média por Empresa	1.970.890
ROL	330.151.000
Total dos Indicadores/ROL	47,16%

Valores em (R\$ mil)

Verificamos através da Tabela 1 que o somatório total dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais representou 47,16% do ROL. Comparando com os dados do ano de 2001 (Puppim de Oliveira, 2005), houve acréscimo de 32,3% para 47,16% do “Total dos Indicadores/ROL” entre os anos de 2001 e 2005. Aparentemente empresas estão perpetrando mais investimentos sociais. Não obstante, devemos a esta declaração algumas ressalvas nas verificações posteriores.

Podemos constatar que os Indicadores Sociais Externos inclui “Tributos”. Verificamos que somente em “Tributos (excluídos encargos sociais)” foi dedicada a quantia de 129.579.005 mil reais o que representa 83,22 % do somatório total dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais. Isso explica o grande valor deste Indicador em relação aos outros, Indicadores Sociais Internos e Indicadores Ambientais. Isto significa que, retirando o Indicador “Tributos (excluídos encargos sociais)”, apenas 16,77% equivalem ao restante do somatório total dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais.

É relevante esclarecer que no período entre os anos de 2001 e 2005 a carga tributária no Brasil cresceu de 34,01% para 37,37% (Loureiro, 2006). Isto pode “inchar” o “Indicador Social Externo” em virtude do aumento da carga tributária e, falaciosamente, dar a idéia de que houve aumento substancial nos Indicadores Sociais. É importante também observar que neste período de 2001 e 2005 o Produto Interno Bruto (PIB) do Brasil somou as quantias de 1.184 trilhão e 1.938 trilhão de reais respectivamente, o que evidencia que o país e grande parte das empresas estavam em um momento de prosperidade na conjuntura dos anos referidos.

Já no item “média por empresa”, verificamos o valor de 1.970 milhões de reais, o que é bastante elevado em virtude da presença da Petrobrás. Neste caso, a observação da mediana seria mais adequada ao que de fato as empresas contidas na amostra representam. Com isto a empresa “Copel Transmissão” de número 252 do *ranking*, somou 124 milhões de reais nos indicadores. Isto pode representar com maior acuidade as empresas da amostra¹¹. Outra empresa que vale como representante deste somatório é a “Cemat”, de número 99 do *ranking*, em virtude de ser a empresa mediana da amostra. Ou seja, sabendo que há 99 empresas na amostra, a empresa mediana¹² é a de número 40. A “Cemat” obteve o somatório de 708 milhões de reais nos indicadores.

¹¹ Não há na amostra a empresa de número 250 do *ranking*, portanto a empresa mais próxima é a “Copel Transmissão” cujo número é 252.

¹² Através da equação $(n+1)/2$ calculamos a mediana, onde n é igual ao número de empresas da amostra.

4.2.2.2. Total das Contribuições para a Sociedade (Indicadores Sociais Externos)

Na construção da Tabela 2 verificamos o Indicador “Total das contribuições para a Sociedade” em relação ao LL e à ROL. O “Total das contribuições para a Sociedade” é o resultado do somatório dos seguintes itens presente nos Indicadores Social Externos do IBASE: Educação, Cultura, Saúde e saneamento, Habitação, Esporte, Lazer e diversão, Creches, Alimentação, Combate à fome e segurança alimentar e Outros. É importante destacar que este somatório não inclui apenas o Indicador “Tributos (excluídos encargos sociais)”. Para calcular a média por empresa foi somado o “Total de Contribuições para a Sociedade” da amostra e dividido pelo número das 79 empresas.

Tabela 2 - Contribuições para a Sociedade

Total de Contribuições para a Sociedade	3.144.552
Número de empresas da amostra	79
Média por empresa	39.804
ROL	330.151.000
Total de Contribuições para a Sociedade /ROL	0,95%
LL	57.568.000
Total de Contribuições para a Sociedade /LL	5,46%

Valores em (R\$ mil)

Na Tabela 2, Quando comparamos aos dados do ano de 2001 (Puppim de Oliveira, 2005) o “Total de Contribuições para a Sociedade /ROL” subiu de 0,39% para 0,95% e o “Total de Contribuições para a Sociedade /LL” aumentou de 3,66% para 5,46%. Isto significa que as “Contribuições para a Sociedade” equivalentes ao ROL, apresentou grande variação de 143% (de 0,39% para 0,95%) entre os anos de 2001 e 2005. Por outro lado, o percentual do ROL ainda apresenta percentual inferior a 1%.

Ao observar a Média por empresa, as “Contribuições para a Sociedade” foi de 40 milhões de reais. Conforme visto anteriormente a amostra inclui a Petrobrás, o que pode trazer conclusões distorcidas na busca do entendimento deste indicador. Provavelmente a empresa mediana, ou a empresa que se aproxima do número 250 do *ranking*, possibilita-nos fazer algumas inferências. A efeito ilustrativo, a empresa “Copel Transmissão” contida na amostra, número 252 do *ranking*, contribuiu neste indicador com 460 mil reais, já a empresa mediana “Cemat”, 40ª das 79 empresas da amostra, contribuiu com 110.614 mil reais.

4.2.2.3. Participação dos Lucros ou Resultados (Indicadores Sociais Internos)

Pretendemos verificar as atuações das empresas contidas na amostra quanto à “Participação dos lucros ou resultados” que está apontado nos Indicadores Sociais Internos do modelo IBASE. Para a construção da Tabela 3, consistente com o método, efetuamos o somatório do indicador “Participação dos Lucros ou Resultados”, das empresas contidas na amostra, e dividimos pelo somatório do LL e pelo ROL das respectivas empresas.

Tabela 3 - Participação dos Lucros ou Resultados

Total de Participação dos Lucros ou Resultados	2.682.489
ROL	330.151.000
Total de Participação dos Lucros ou Resultados /ROL	0,81%
LL	57.568.000
Total de Participação dos Lucros ou Resultados /LL	4,66%

Valores em (R\$mil)

Utilizando dados de 2001 (Puppim de Oliveira, 2005), verificamos que entre os anos de 2001 e 2005 o “Total de Participação dos Lucros ou Resultados / LL” decresceu de 5,93% para 4,66% e o “Total de Participação dos Lucros ou Resultados / ROL” cresceu de 0,66% para 0,81%. Com isto, observamos que enquanto houve crescente variação de 22% (de 0,66% para 0,81%) do “Total de Participação dos Lucros ou Resultados / ROL”, por um outro lado, houve decréscimo de 21,41% (de 5,93% para 4,66%) do “Total de Participação dos Lucros ou Resultados / LL”. Podemos observar também que a alocação de recursos neste Indicador, não chegou a 1% do ROL. Devemos ressaltar que o indicador “Participação dos lucros ou resultados” inclui a participação nos lucros dos colaboradores assim como dos gestores.

4.2.2.4. Total dos Investimentos em Meio Ambiente (Indicadores Ambientais)

Para verificar as atuações das empresas através de seus Investimentos em Meio Ambiente, construímos a Tabela 4 contendo o Somatório do “Total dos Investimentos em Meio Ambiente” evidenciado nos Indicadores Ambientais do IBASE. Pretendemos com isto, averiguar o percentual deste Indicador equivalente ao ROL, assim como da média de investimentos em meio ambiente das empresas.

Tabela 4 - Investimentos em Meio Ambiente

Total de Investimentos em Meio Ambiente	3.549.258
ROL	330.151.000
Total de Investimentos /ROL	1,08%
Número de empresas da amostra	79
Média por empresa	44.927

Valores em (R\$mil)

Comparando com os dados do ano de 2005, houve acréscimo de 4.85% em relação a ROL, ou seja, o “Investimento em meio ambiente/ROL” cresceu de 1,03% para 1,08%, quando estes dados são comparados ao ano de 2001 (Puppim de Oliveira, 2005).

Entretanto devemos ressaltar que há intervenção por parte de algumas empresas ao que se refere aos Investimentos Ambientais. Em média as empresas da amostra investiram 45 milhões de reais. Entretanto, considerando em particular, a estatal Petrobrás efetuou o investimento de 1.268.940 mil reais, o que significa 35,75% do total de “Investimentos em Meio Ambiente”. Portanto, a empresa mediana “Cemat”, 40ª da amostra, e a “Copel Transmissão” com 20.321 mil reais e 3.094 mil reais respectivamente, publicados no total dos indicadores ambientais, possibilita-nos fazer inferências com maior acuidade a respeito das atuações ambientais.

Podemos observar que os Investimentos em Meio Ambiente foram principalmente efetuados pela Petrobrás. É naturalmente que os valores de investimentos sociais e ambientais sejam elevados, não apenas pelo fato da Petrobrás ser uma empresa estatal, mas também porque esta é a maior empresa do Brasil.

Isto nos motivou a averiguar, conforme veremos adiante, os Investimentos Sociais e Ambientais da Petrobrás e das dez maiores empresas do *ranking* referido, visto que na análise qualitativa houve adesão de 100% na publicação de BS destas empresas.

Vale salientar que a publicação destes Indicadores em Meio Ambiente acalora a discussão sobre o papel das empresas em relação ao agravamento dos problemas ambientais

e incentiva os tomadores de decisão a otimizar e a tornar mais eficiente a alocação de recursos ambientais que são utilizados pelas empresas.

4.3. Setores

4.3.1. Análise Inter-Setorial

Pretendemos neste tópico medir a frequência de cada setor quanto à publicação de seus BS. Apontamos os setores que mais publicam BS e comparamos quanto à frequência de publicação em seus respectivos setores. Nesta análise setorial, voltamos a analisar o universo, em sua totalidade, das 500 maiores empresas do *ranking* referido. Na Tabela 5 podemos constatar a contagem de BS publicados de acordo com os setores. É relevante sobressaltar que incluímos na contagem as subsidiárias cuja controladora publicou BS e também as empresas que publicaram seus BS nos anos anteriores a 2005.

Tabela 5 – Frequência de publicação de BS por setor

Setor	Empresas no setor	BS publicado	%
açúcar e álcool	7	0	0,0%
alojamento e alimentação	1	0	0,0%
aluguel de veículos, máquinas e equipamentos	3	1	33,3%
artigos de borracha e plástico	5	4	80,0%
atividades anexas e auxiliares do transporte	8	3	37,5%
atividades de televisão	2	1	50,0%
atividades imobiliárias	1	1	100,0%
bebidas	11	4	36,4%
celulose e papel	12	9	75,0%
comércio atacadista	29	7	24,1%
comércio varejista	23	7	30,4%
Construção	17	5	29,4%
Construção, montagem ou Reparação de Aeronaves	2	1	50,0%
couros e calçados	5	3	60,0%
elaboração de combustíveis nucleares	1	1	100,0%
Eletricidade e gás	1	1	100,0%
energia	1	1	100,0%

energia elétrica	65	49	75,4%
Extração Mineral	10	3	30,0%
fabricação e montagem de veículos automotores, partes e peças	12	5	41,7%
gás	7	4	57,1%
indústrias diversas	4	1	25,0%
máquinas e equipamentos	16	5	31,3%
máquinas para escritório e equipamentos de informática	1	1	100,0%
máquinas, aparelhos e materiais elétricos	4	1	25,0%
materiais eletrônicos e equipamentos de comunicações	9	4	44,4%
Metallurgia	20	11	55,0%
Metallurgia básica	13	11	84,6%
Petróleo	6	3	50,0%
produtos alimentícios	24	8	33,3%
produtos de madeira	6	1	16,7%
produtos de metal	12	2	16,7%
produtos de minerais não-metálicos	18	7	38,9%
produtos do fumo	2	1	50,0%
produtos farmacêuticos e veterinários	8	4	50,0%
produtos químicos	41	20	48,8%
produtos têxteis	5	5	100,0%
Refino de petróleo e produção de álcool	1	1	100,0%
saneamento	20	14	70,0%
saúde e serviços sociais	2	2	100,0%
serviços de informática e conexos	4	3	75,0%
serviços de transporte	16	9	56,3%
serviços prestados às empresas	2	1	50,0%
telecomunicações	32	21	65,6%
vestuário	3	1	33,3%
vigilância e segurança	2	1	50,0%

Na construção da Tabela 5 verificamos o percentual das empresas que publicaram BS em seus respectivos setores. Observamos que a maior frequência de publicação pertence ao setor de “energia elétrica” que obteve 49 BS das 65 empresas do setor. Destacamos que é compulsória a publicação do BS deste setor de “energia elétrica”. Já o setor “produtos químico” publicou 20 BS das 41 empresas. Em seguida o setor de “telecomunicações” com 32 empresas publicou 21 BS. Estes foram os setores que mais publicaram BS em números absolutos. Já os setores com ausência de publicação de BS foram os de “açúcar e álcool” e de “alojamento e alimentação”, com 7 e 1 empresas respectivamente.

Vale ressaltar que empresas que produzem serviços estão aumentando substancialmente suas publicações de BS em comparação ao ano de 2001. O Setor de “Telecomunicações” com 30 empresas no setor, apenas 4 haviam publicado BS (Puppim de Oliveira, 2005). Contrastante com o que observamos em 2005.

Podemos inferir, através da Tabela 5, que o setor é determinante nas atuações sociais empresariais. Há diferenças significativas entre os setores quanto à propensão das publicações de BS. Os resultados mostram que não apenas o tamanho, mas também os setores refletem a extensão de comprometimento social das empresas.

4.3.2. Análise Intra-setorial

4.3.2.1. Análise Intra-setorial utilizando os Indicadores Sociais Externos

Através da análise Intra-setorial verificamos os valores, em real, e o “peso”, em percentual, dos investimentos setoriais destinado a cada “Indicador Social Externo”, excluindo “Tributos”. Para isto, construímos a Tabela 6 utilizando o “Total de Contribuição para a Sociedade” das 79 empresas da amostra e verificamos o somatório de cada Indicador destacado em seus respectivos setores.

Conforme já comentado, nos Indicadores Sociais Externos observamos os seguintes Indicadores: Educação, Cultura, Saúde e saneamento, Esporte, Lazer e diversão, Combate à fome e segurança alimentar e Outros, entretanto não houve investimento substancial nos

Indicadores de Habitação, Creches e Alimentação, por isto estes tópicos não se encontram na Tabela 6.

Tabela 6 – Indicadores Sociais Externos dos setores da amostra

Setor	Educação	%	Cultura	%	Saúde Saneam.	%	Esporte	%	Lazer	%	Alimentar	%	Outros	%	Somatório
energia elétrica	30.317	2,7%	83.095	7,3%	109.290	9,6%	8.939	0,8%	198	0,0%	5.684	0,5%	898.263	79,1%	1.135.786
saneamento	3.313	0,3%	14.987	1,5%	971.873	97,3%	1.575	0,2%	358	0,0%	272	0,0%	6.234	0,6%	998.612
Refino de petróleo e produção de álcool	60.742	12,8%	264.611	55,9%	7.620	1,6%	25.774	5,4%		0,0%	66.825	14,1%	48.130	10,2%	473.702
Telecomunicações	9.640	10,1%	52.869	55,2%	0	0,0%	25.218	26,3%	0	0,0%	1.260	1,3%	6.742	7,0%	95.729
Metalurgia básica	22.579	31,6%	31.932	44,6%	4.669	6,5%	3.215	4,5%	0	0,0%	135	0,2%	9.016	12,6%	71.546
Comércio Atacadista	6.808	14,8%	21.677	47,0%	1.700	3,7%	1.494	3,2%	0	0,0%	1.428	3,1%	12.977	28,2%	46.084
Serviços prestados às empresas	338	0,9%	614	1,6%	7	0,0%	12	0,0%		0,0%	30	0,1%	38.230	97,4%	39.231
Construção, mont. ou Repar. Aeronaves	8.342	60,2%	1.836	13,3%		0,0%	1.444	10,4%	235	1,7%		0,0%	1.996	14,4%	13.853
produtos químicos	1.661	14,5%	6.351	55,6%	1.059	9,3%	210	1,8%	0	0,0%	52	0,5%	2.089	18,3%	11.422
construção	525	4,8%	2.673	24,3%	309	2,8%	54	0,5%		0,0%		0,0%	7.439	67,6%	11.000
Serviços de transporte	0	0,0%	4.726	44,3%	0	0,0%	1.226	11,5%		0,0%	0	0,0%	4.719	44,2%	10.671
Metalurgia	4.527	50,0%	839	9,3%	1.251	13,8%	402	4,4%		0,0%	78	0,9%	1.954	21,6%	9.051
Petróleo	1.196	17,5%	5.013	73,4%	212	3,1%	413	6,0%		0,0%		0,0%		0,0%	6.834
Extração Mineral	965	24,1%	226	5,6%	182	4,5%	42	1,0%	0	0,0%	4	0,1%	2.590	64,6%	4.009
couros e calçados	106	3,1%	90	2,6%	50	1,4%	0	0,0%		0,0%	32	0,9%	3.177	92,0%	3.455
fabricação Mont. Veículos Autom. Partes Peças	746	31,4%	879	37,0%	90	3,8%	57	2,4%	0	0,0%	29	1,2%	576	24,2%	2.377
produtos farmacêuticos e veterinários	2.072	87,4%	0	0,0%	103	4,3%	103	4,3%		0,0%	3	0,1%	90	3,8%	2.371
Eletricidade e gás	220	12,0%	1.607	88,0%		0,0%		0,0%		0,0%		0,0%		0,0%	1.827
Gás	449	26,1%	730	42,5%	59	3,4%	50	2,9%	0	0,0%	70	4,1%	361	21,0%	1.719
Máquinas e equipamentos	757	58,0%	400	30,7%	33	2,5%		0,0%		0,0%	0	0,0%	115	8,8%	1.305
produtos alimentícios	316	25,9%	90	7,4%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	814	66,7%	1.220
aluguel de veículos, máquinas e equipamentos	12	1,5%	669	82,0%		0,0%		0,0%		0,0%		0,0%	135	16,5%	816
Máquinas Escritório Equip. Informática		0,0%	544	92,5%	14	2,4%	12	2,0%	18	3,1%		0,0%		0,0%	588
produtos de minerais não-metálicos	65	35,9%	6	3,3%	20	11,0%	5	2,8%		0,0%	8	4,4%	77	42,5%	181
produtos de metal	23	17,4%	0	0,0%	0	0,0%	30	22,7%		0,0%	79	59,8%	0	0,0%	132
produtos de madeira															0
celulose e papel															0

Valores em (R\$ mil)

Constatamos na Tabela 6 que o Setor de “Energia Elétrica” é o líder no *ranking* de investimentos. Conforme já comentado, é compulsória¹³ a publicação do BS deste setor. Provavelmente por isto não ficou explícito o alto valor de 1.135.786 mil reais no Indicador “Outros”. Possivelmente a obrigatoriedade de publicação de BS induz às empresas deste setor a publicar de forma “não objetiva” suas atuações sociais aos interessados.

Já o setor de “Saneamento” dedicou 97,3% dos investimentos no Indicador “Saúde e Saneamento” em relação aos outros Indicadores. Isto indica que provavelmente alguma(s) empresa(s) publicou nos Indicadores Sociais o que apenas deveria ter sido publicado no “Balanço Patrimonial” ou no “Resultado do Exercício”, sabendo que o Indicador “Saúde e saneamento” está atrelado diretamente ao negócio das empresas pertencentes ao setor de “Saneamento”.

Referente ao setor de “Telecomunicações”, ele concentrou 55,2% no Indicador “Cultura” e zero real (R\$0,00) nos Indicadores Ambientais. Provavelmente este setor pretende ser reconhecido como “incentivador à cultura” quando comunica suas atuações aos *stakeholders*.

Com isto, podemos inferir com a Tabela 6 que as prioridades de investimentos sociais das empresas diferem de acordo com seus setores de atuação. Ou seja, cada setor concentra seus investimentos em determinados Indicadores, com poucas exceções. Com

¹³ A Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) promulgou uma lei, através de uma resolução em 2003, que tornou compulsória a publicação dos BS das empresas pertencentes ao setor de energia elétrica.

isto podemos deduzir que as empresas estão utilizando a RSE na estratégia de comunicação e de acordo com a estratégia de seus negócios.

Em seguida, enfatizamos os maiores “pesos”, em percentuais, dos investimentos que cada setor destina aos Indicadores Sociais Externos. Verificamos que os investimentos setoriais estão concentrados em mais de 50% em determinados Indicadores. Isto confirma o argumento que as empresas, e os respectivos setores em que estão inseridas, são determinantes na escolha da alocação dos investimentos sociais em determinados Indicadores, depositando-os de acordo com as estratégias de negócios.

- *Energia elétrica - 79,1% **Outros***
- *saneamento - 97,3% **Saúde Saneamento***
- *Refino de petróleo e produção de álcool - 55,9% **Cultura***
- *Telecomunicações - 55,2% **Cultura***
- *Serviços prestados às empresas - 97,4% **Outros***
- *Construção, mont. ou Repar. Aeronaves - 60,2% **Educação***
- *Metalurgia - 50,0% **Educação***
- *Petróleo - 73,4% **Cultura***
- *Extração Mineral - 64,6% **Outros***
- *couros e calçados - 92,0% **Outros***
- *produtos farmacêuticos e veterinários - 87,4% **Educação***
- *Eletricidade e gás - 88,0% **Cultura***
- *Máquinas e equipamentos - 58,0% **Educação***
- *produtos alimentícios - 66,7% **Outros***
- *aluguel de veículos, máquinas e equipamentos - 82,0% **Cultura***
- *Máquinas Escritório Equip. Informática - 92,5% **Cultura***
- *Produtos de metal - 59,8% - **Alimentação***

4.3.2.2. Análise Intra-setorial utilizando os Indicadores Ambientais

No tópico anterior demonstramos a Análise Intra-setorial, utilizando os Indicadores Sociais Externos. De forma semelhante, verificamos o aporte de cada setor atribuído aos “Investimentos Ambientais”. A Tabela 7 contém o valor, em real, e o “peso”, em percentual, dos Indicadores Ambientais destacados em seus respectivos setores.

Tabela 7 – Indicadores Ambientais dos setores da amostra

Setor	Relacionados com Prod/Operação	%	Programas/Projetos externos	%	Somatório
Refino de petróleo e produção de álcool	1.224.745	96,5%	44.195	3,5%	1.268.940
saneamento	649.859	94,1%	39.471	5,7%	690.593
Metalurgia básica	477.389	95,9%	14.452	2,9%	498.014
energia elétrica	230.358	71,8%	67.733	21,1%	320.744
Extração Mineral	186.946	87,1%	27.608	12,9%	214.554
Comércio Atacadista	199.224	99,4%	1.207	0,6%	200.431
Metalurgia	181.792	98,9%	1.986	1,1%	183.778
construção	30.187	96,3%	1.161	3,7%	31.348
produtos alimentícios	22.358	71,5%	10	0,0%	31.268
gás	30.258	96,9%	964	3,1%	31.222
produtos químicos	23.488	97,2%	689	2,8%	24.177
energia	7.000	53,8%	6.000	46,2%	13.000
Fabricação e Mont. Veículos Aut., Partes Peças	12.417	99,8%	25	0,2%	12.442
produtos de madeira	9.400	83,9%	1.800	16,1%	11.200
Construção, mont. Rep. Aeronaves	6.118	100,0%		0,0%	6.118
máquinas e equipamentos	2.870	88,3%	379	11,7%	3.249
Petróleo	1.920	63,3%	1.111	36,7%	3.031
serviços de transporte	2.029	100,0%	0	0,0%	2.029
couros e calçados	1.755	100,0%	0	0,0%	1.755
Máquinas Escritório Equip. Informática	56	11,8%	420	88,2%	476
produtos de mineirais não-metálicos	289	83,0%	59	17,0%	348
produtos farmacêuticos e veterinários	135	87,1%	20	12,9%	155
produtos de metal	109	77,3%	32	22,7%	141
celulose e papel		0,0%		0,0%	127
serviços prestados às empresas	61	51,7%	57	48,3%	118
telecomunicações	0		0		0
Elettricidade e gás					0
aluguel de veículos, máquinas e equipamentos					0

Valores em (R\$ mil)

Destacamos na Tabela 7 que o setor de “Refino de petróleo e produção de álcool” foi o líder de investimentos nos Indicadores Ambientais com 1.268.940 mil reais, enquanto que o setor de “Telecomunicações”, que foi um dos líderes de investimentos dos Indicadores Sociais, contribuiu desta vez com R\$0,00 (zero) no total dos Indicadores Ambientais. Concluimos com esta Tabela 7 que os setores com os maiores volumes de investimentos são aqueles que apresentam consideráveis impactos ambientais, com algumas exceções. Isto reforça o argumento que as empresas utilizam a RSE em suas estratégias¹⁴, conforme comentado.

Podemos também observar na Tabela 7 que, todos os setores investiram mais de 50% em “Investimentos Ambientais Relacionados com a Produção e Operação” da empresa, portanto menos investimentos foram dedicados aos “Programas e Projetos externos”, com exceção do setor de “Máquinas de Escritório e Equipamento de Informática”. Isto evidencia que empresas estão utilizando suas atuações ambientais em prol da empresa.

A seguir, na Tabela 8, evidenciamos os setores que mais investiram em cada “Indicador Social Externo”, que estão seccionados entre “Saúde e saneamento”, “Outros”, “Cultura”, “Combate à fome e segurança alimentar”, “Educação”, “Esporte” e “Lazer e diversão”.

¹⁴ A Petrobrás e a CEMIG se destacaram quanto aos investimentos sociais e ambientais no ano de 2005. Elas utilizam no *slogan* de suas propagandas palavras que mencionam sustentabilidade, responsabilidade social e ambiental.

Na Tabela 9, de forma similar, evidenciamos os setores que mais investiram em cada “Indicador Ambiental”, que estão seccionados entre “Investimentos Relacionados com Operação da Empresa” e “Programas e/ou Projetos Externos”.

Tabela 8 - Setores da amostra que mais investiram nos Indicadores Sociais Externos

Setor	Indicadores Sociais Externos	Investimento
Saneamento	Saúde e saneamento	971873
Energia elétrica	Outros	898263
Refino de petróleo e produção de álcool	Cultura	264611
Refino de petróleo e produção de álcool	Combate à fome e segurança alimentar	66825
Refino de petróleo e produção de álcool	Educação	60742
Refino de petróleo e produção de álcool	Esporte	25774
saneamento	Lazer e diversão	358

Valores em (R\$ mil)

Tabela 9 - Setores da amostra que mais investiram nos Indicadores Ambientais

Setor	Indicadores Ambientais	Investimento
Refino de petróleo e produção de álcool	Invest. Relacionados com Operação da Empresa	1224745
Energia elétrica	Programas e/ou Projetos Externos	67733

Valores em (R\$ mil)

Observamos na Tabela 8 que o setor “Refino de Petróleo e Produção de Álcool” esteve presente quatro vezes como líder de valores investidos nos Indicadores Sociais Externos, ou seja, que mais contribuiu em “Cultura”, “Combate à fome e segurança alimentar”, “Educação” e “Esporte”. Também foi líder nos Indicadores Ambientais (Tabela 9) com “Investimentos relacionados com Operação da Empresa”.

Devemos salientar que o setor de “Refino de Petróleo e Produção de Álcool” da amostra é composto apenas com a empresa Petrobrás. O que significa que os dados dos investimentos do setor de “Refino de petróleo e produção de álcool” são os próprios da Petrobrás.

Lembramos que não houve presença considerável no setor de “Refino de Petróleo e Produção de Álcool” na análise qualitativa, porque há poucas empresas nesta área. Entretanto, o valor de investimento é determinante na análise quantitativa em virtude da dimensão da Petrobrás.

4.4. Atuações Individuais das 6 empresas contidas na amostra, entre as 10 maiores do *ranking*

Neste tópico, averiguamos as atuações individuais das 6 empresas contidas na amostra dentre as 10 maiores do referido *ranking*. A motivação desta averiguação se deu em virtude dos 100% de publicação dos BS das 10 maiores empresas, conforme observado na análise qualitativa. A Tabela 10 demonstra os investimentos individuais de cada empresa e os percentuais de contribuição equivalentes ao somatório total das empresas da amostra. Utilizamos o “Total das contribuições para a Sociedade”¹⁵, 3.144.552 mil reais, o “Total dos Investimentos em Meio Ambiente”¹⁶, 3.549.258 mil reais, e o “Total dos Indicadores Sociais Internos”, 19.427.479 mil reais, a fim de verificar o “peso”, em percentual, do investimento de cada empresa equivalente as outras contidas na amostra.

¹⁵ O Indicador Total das contribuições para a Sociedade é igual ao Total dos Indicadores Sociais Externos, menos o Indicador “Tributos”, do IBASE.

¹⁶ O Total dos Investimentos em Meio Ambiente, é o somatório dos Indicadores Ambientais do IBASE, ou seja, são equivalentes. Portanto, ambos sempre possuem o mesmo valor. Com isto, ao mencionar o Total dos Investimentos em Meio Ambiente e Indicadores Ambientais, estamos referindo ao mesmo elemento.

Tabela 10 – Investimentos individuais das 6 empresas da amostra dentre as 10 maiores do *ranking*

Raking	Empresa	Setor	Contribuições para a Sociedade	% de contribuição	Indicadores Ambientais	% de contribuição	Indicadores Sociais Internos	% de contribuição
1	Petrobras	Refino de petróleo e produção de álcool	473.702	15,1%	1.268.940	35,8%	6.769.027	34,8%
2	Cvrd	Extração Mineral	108.000	3,4%	197.000	5,6%	1.283.000	6,6%
3	Telemar	telecomunicações	49.382	1,6%	0	0,0%	264.556	1,4%
5	Csn	Metalurgia básica	13.522	0,4%	229.243	6,5%	338.116	1,7%
7	Eletrobras	energia elétrica	21.051	0,7%	390	0,0%	73.049	0,4%
8	Brasil Telecom	telecomunicações	15.400	0,5%	0	0,0%	384.067	2,0%

Valores em R\$ mil

Nesta Tabela 10, constatamos que os percentuais de investimentos sociais foram bastante significativos entre as 6 empresas observadas. Com especial destaque à Petrobrás, que investiu 15,1% no Indicador “Contribuições para a Sociedade”, 35,8% nos Indicadores Ambientais e 34,8% nos Indicadores Sociais Internos equivalente a todas as empresas da amostra.

Na Tabela 11 pudemos verificar que os investimentos sociais e ambientais estão 63,9% concentrados entre as 6 empresas da amostra contidas entre as 10 primeiras do *ranking*. Novamente com destaque para a estatal Petrobrás que é responsável por 50,3% do Somatório total dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais.

Tabela 11 - Investimentos das 6 empresas da amostra contidas entre as 10 maiores do *ranking*

	Total dos Indicadores Sociais Externos	Total dos Indicadores Sociais Ambiente	Total dos Indicadores Sociais Internos
Petrobras	52,9%	35,8%	34,8%
Investimentos das 6 empresas entre as 10 maiores (incluindo Petrobrás)	66,8%	47,8%	46,9%

4.5. Correlação

4.5.1. Correlação entre o ROL das empresas e o somatório de seus Indicadores

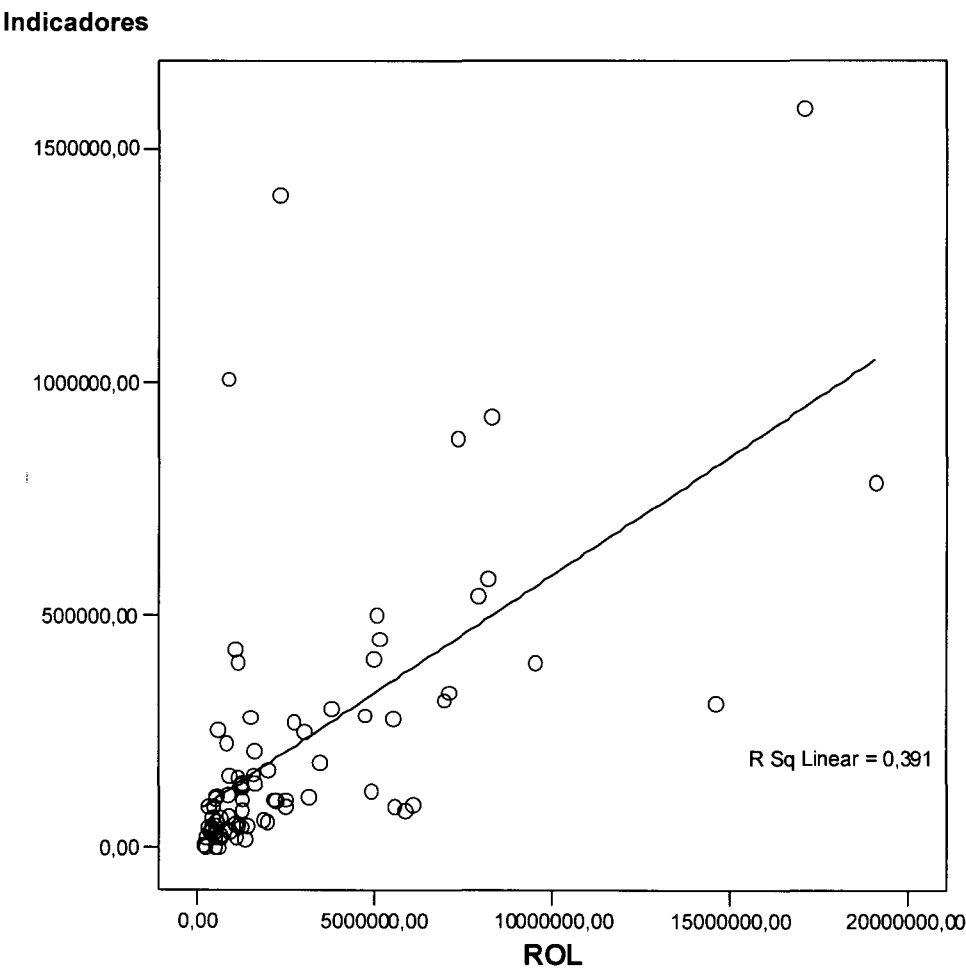
No intuito de descrever a associação entre o ROL e os Indicadores, efetuamos a correlação¹⁷ para medir o grau de associação linear entre estas duas variáveis. Utilizamos o coeficiente de *Pearson* (r) que é a medida mais conhecida para o estudo da correlação entre duas variáveis quantitativas (Wagner *et al*, 2004) a fim de quantificar a força de associação entre o ROL e o somatório dos Indicadores Sociais Internos, Contribuição para a Sociedade (Indicadores Sociais Externos menos Tributos) e Indicadores Ambientais.

¹⁷ “Correlação é uma medida do grau de dependência linear entre duas variáveis ou da intensidade da associação dessas variáveis” (Wagner *et al*, 2004).

É importante ressaltar que neste item sobre correlação, excluimos a Petrobrás, em virtude desta empresa obter volume de investimentos sociais e ROL muito superior às outras, podendo ser considerada nesta análise como *outlier*¹⁸.

Observamos o gráfico de dispersão (*Scatterplot*) para verificar o comportamento das variáveis (Gráfico 5). Também observamos a reta de regressão representando a associação linear entre as duas variáveis.

Gráfico 5 – Correlação entre o ROL e os Indicadores



¹⁸ O *outlier* é o elemento da análise que apresenta valores muito diferentes dos outros, contidos no grupo do estudo.

Após a avaliação do *Scatterplot*, observamos a correlação propriamente dita, onde conforme mencionamos, selecionamos o ROL das empresas contidas na amostra, exceto a Petrobrás, e o somatório dos indicadores.

Tabela 12 – Coeficiente de correlação entre os Indicadores e do ROL.

		Indicadores	ROL
Indicadores	Pearson	1	,625(**)
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		
	N		
ROL	Pearson	,625(**)	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		
	N		

A Tabela 12 demonstra uma matriz simétrica com coeficiente de correlação de 0,625, onde demonstra que a correlação é significante. Além do valor da significância (bi-caudal) de 0,000, há também o número de 78 casos válidos processados, conforme verificamos no quadro.

Com isto, pudemos verificar que há correlação entre o ROL das empresas da amostra e seus respectivos somatórios dos Indicadores Sociais Internos, Contribuições para a Sociedade e Indicadores Ambientais.

Devemos ressaltar que esta correlação foi verificada em valores absolutos. Conforme argumentos anteriores, é natural que empresas com receitas e lucros mais robustos dedicasse um volume maior aos investimentos sociais e ambientais.

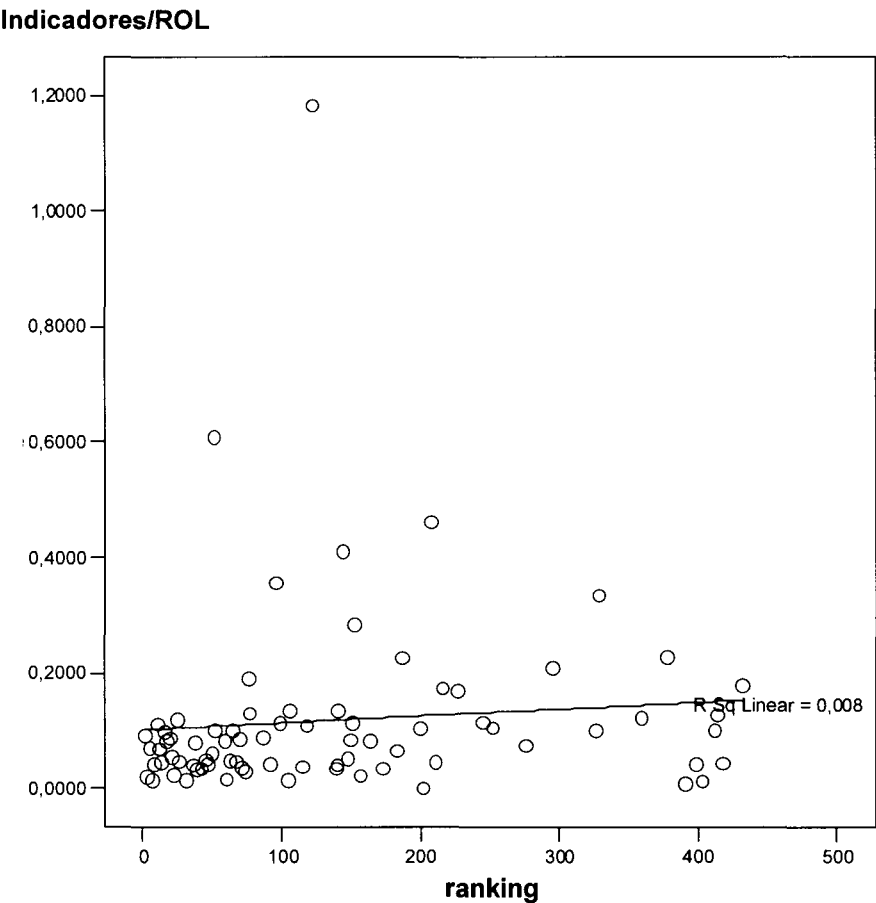
5.4.2. Correlação entre Indicadores/ROL e o *ranking*

Neste tópico pretendemos verificar a correlação dos percentuais dos indicadores em relação ao ROL, das empresas contidas na amostra, e de seus respectivos posicionamentos no *ranking*. Com isto podemos verificar se de fato as empresas maiores estão atuando com maior ênfase nas atuações sociais, ou se isto é apenas um reflexo das receitas e lucros mais robustos.

Para tanto, calculamos o percentual do somatório dos Indicadores Sociais Internos, Contribuições para Sociedade (Indicadores Sociais Externos menos Tributos) e Indicadores Ambientais em relação ao ROL e verificamos se há relação com a posição do *ranking* das empresas da amostra, excluindo a Petrobrás (Anexo 5).

Construímos o gráfico de dispersão (*Scatterplot*) para verificar o comportamento das variáveis mencionadas (Gráfico 6). Também observamos a reta de regressão representando a não associação linear entre as duas variáveis, ou seja, não há um acréscimo de percentuais dos investimentos sociais conforme as empresas se encontram em posições maiores no *ranking*.

Gráfico 6 - Correlação entre os Indicadores/ROL e o *ranking*



A seguir, a Tabela 13 demonstra uma matriz simétrica com coeficiente de correlação de 0,091, onde demonstra que a correlação não é significativa, além do valor da significância (bi-caudal) de 0,430. Há também o número de 78 casos válidos processados, equivalente as 79 empresas da amostra menos a Petrobrás.

Tabela 13 – Coeficiente de correlação entre os Indicadores/ROL e o *ranking*

		Ind_ROL	<i>ranking</i>
Ind_ROL	Pearson Correlation	1	,091
	Sig. (2-tailed)	.	,430
	N	78	78
<i>ranking</i>	Pearson Correlation	,091	1
	Sig. (2-tailed)	,430	.
	N	78	78

Com isto, pudemos verificar que não há correlação entre os percentuais do somatório dos indicadores em relação ao ROL, das empresas da amostra, e seus respectivos posicionamentos no *ranking*.

Devemos ressaltar que esta correlação foi verificada em percentuais, a fim de averiguar a ênfase que as empresas dedicam no quesito social e ambiental. Esta forma de avaliação torna mais justo o julgamento das atuações sociais das empresas analisadas e seus respectivos lucros e receitas, ou seja, não beneficiando as maiores e sendo eqüitativo com as menores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa descritiva expôs características do universo das “500 Maiores empresas S.A. não financeiras do Brasil” (Revista Conjuntura Econômica, 2006, p. 58) presentes no *ranking* desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Economia (IBRE) da Fundação Getúlio Vargas (FGV). A pesquisa foi exploratória na coleta dos dados, que se deu através das publicações dos BS disponibilizados na Internet no ano de 2005, com o intuito de obter dados para análise quantitativa e qualitativa. A amostra utilizada na análise quantitativa foi representada pelas 79 empresas que utilizaram o modelo IBASE de BS - legitimadas pelo Instituto IBASE - e (interseção) encontravam-se no *ranking* mencionado.

De acordo com pesquisas passadas, as empresas têm sido pressionadas para convincentemente comunicar suas atuações sociais e ambientais para um crescente número de *stakeholders* (Araya, 2006). Com a institucionalização das práticas sociais (Ventura, 2005), as empresas atentam para a necessidade de atuarem com maior ênfase nas questões sociais, pois o BS oferece subsídios para decisões corporativas e para prover legitimidade em suas atuações aos *stakeholders* (Dawkins, 2004).

A fim de saber como as empresas brasileiras vêm atuando quanto a RSE, desenvolvemos uma Análise Qualitativa e verificamos que o número de BS publicados no ano de 2005 pelas empresas é relativamente elevado.

De acordo com a pesquisa de Puppim de Oliveira (2005) em comparação à análise realizada nesta dissertação, verificamos que entre os anos de 2001 e 2005 cresceu de

30,4% para 49,6% as empresas que publicaram o BS. Verificamos também que as maiores empresas são significativamente mais propensas a publicar informações sociais. Isto indica que há relação direta entre o tamanho das empresas e a frequência de publicação do BS.

Já no intuito de saber em que medida o volume de investimentos sociais acompanham o aumento na frequência da publicação dos BS, ou seja, se o **discurso** sobre a responsabilidade social é acompanhado pela **prática** (Ventura, 2005), desenvolvemos também uma análise quantitativa. Observamos os dados do ano de 2001 evidenciados no estudo de Puppim de Oliveira (2005) e os comparamos com o somatório total dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais. Verificamos que o somatório dos Indicadores das empresas da amostra em relação ao ROL cresceu de 32,3% para 47,16% entre os anos de 2001 e 2005. É importante avultar que os Indicadores Sociais Externos inclui o Indicador “Tributos”. Isto explica o elevado valor do somatório dos Indicadores Sociais Externos em relação aos Indicadores Sociais Internos e aos Indicadores Ambientais. Somente em “Tributos (excluídos encargos sociais)” foi dedicada a quantia de 129.579.005 mil reais, o que representa 83,22 % do somatório total dos Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais. Este elevado resultado do somatório dos Indicadores pode propiciar indicações falaciosas sobre a RSE das empresas brasileiras de um modo geral, visto que grande parte deste somatório inclui informações financeiras, compulsórias a todas as empresas, que advém dos tributos.

Observando os Indicadores Sociais Externos do IBASE, verificamos que especificamente o Indicador “Total das contribuições para a Sociedade” equivalente a ROL

acresceu de 0,39% para 0,95%, comparando dados de 2001 (Puppim de Oliveira, 2005) e equivalente ao LL, aumentou de 3,66% para 5,46%. Isto comprova que, apesar da variação entre os anos de 2001 e 2005, os investimentos no Indicador “Contribuições para a Sociedade” em relação ao LL e ao ROL ainda se encontram abaixo de 1%.

Ainda comparando com números de 2001 (Puppim de Oliveira, 2005), verificamos os Indicadores Sociais Internos do IBASE e constatamos que o total da “participação dos empregados nos resultados” equivalente ao LL decresceu de 5,93% para 4,66% e a “participação dos empregados nos resultados” em relação ao ROL cresceu de 0,66% para 0,81%, se comparado ao ano de 2005. Isto indica que houve redução na alocação de recursos aos colaboradores em comparação ao LL.

Em relação aos Indicadores Ambientais, que representam a soma dos “Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa” e “Investimentos em programas e/ou projetos externos”, acresceu de 1,03% para 1,08% do ROL. Isto significa que houve acréscimo de 4,85% quanto aos investimentos ambientais, quando estes dados são comparados aos do ano de 2001, revelados na pesquisa de Puppim de Oliveira (2005).

Assim podemos afirmar que, as empresas no Brasil estão mais propensas a demonstrar suas atuações sociais através de seus BS, conforme constatamos na análise qualitativa. Entretanto, observamos por meio da análise quantitativa que nem todos os indicadores demonstraram variações substanciais.

Isto significa que, ao considerar que as empresas brasileiras estão atuando com mais rigor a respeito da RSE nos últimos anos, devemos salientar algumas ressalvas a esta afirmação. Entretanto, o fato das empresas publicarem mais seus BS, pode significar que estejam dispostas a melhorar suas práticas de RSE.

Além desta constatação, ao desenvolvermos um estudo específico de análise Inter-Setorial, para avaliar os setores das empresas do *ranking* citado, quanto à publicação de seus BS, observamos que as empresas, principalmente aquelas do setor de serviços, estão aumentando substancialmente suas publicações de BS em comparação ao ano de 2001. Por exemplo, o Setor de “Telecomunicações”, com 30 empresas nesta área, apenas 4 haviam publicado seus BS em 2001 (Puppim de Oliveira, 2005), contrastante com o que observamos em 2005, quando este setor publicou 21 BS dentre as 32 empresas do *ranking*.

Sabemos que as empresas brasileiras ainda têm muitos fatores a evoluir no sentido dos investimentos sociais, assim como na transparência e qualidade da divulgação dos BS. Contudo, o apelo da sociedade para a adoção das práticas de RSE parece estar influenciando o comportamento empresarial que, conforme observamos anteriormente, estão publicando com mais frequência seus BS e estão assim fazendo, na maioria das vezes, de forma não-compulsória.

Através de percentuais individuais dos Indicadores Sociais Internos, dos Indicadores Sociais Externos e dos Indicadores Ambientais equivalentes ao LL e ao ROL, foi verificado que a robustez da frequência dos BS publicados nem sempre são coniventes com os valores de investimento observados.

Conforme apresentamos anteriormente, Peinado-Vara (2004) examinou na América Latina e Caribe de acordo com a RSE e constatou que o grau de desenvolvimento não apenas econômico como também social é muito diverso e varia enormemente entre os 35 países desta região. Analisando especificamente o Brasil, observamos que os investimentos sociais e ambientais, em valores absolutos, estão demasiadamente concentrados entre as 6 empresas da amostra contidas nas 10 primeiras empresas do *ranking*. Entretanto, é natural que seus investimentos sociais sejam mais vultosos em virtude destas empresas obterem receitas e lucros bem mais robustos que as outras.

Ainda sobre a característica das 6 empresas da amostra contidas entre as 10 primeiras do *ranking*, as atuações sociais individuais destas empresas são determinantes quando analisamos o setor em que estão inseridas. A estatal Petrobrás é líder absoluto quando referimos a investimentos sociais e ambientais. A título ilustrativo, a gigante estatal Petrobrás em particular efetuou um investimento de 1.268.940 mil reais o que significa 35,75% do total dos Indicadores Ambientais. É natural o grande volume de investimentos sociais da Petrobrás, não somente por ser estatal, mas também por ser a maior empresas do Brasil.

Também de acordo com nossas análises pudemos inferir que algumas empresas buscam equilíbrio que amenize a ineficiência das “externalidades negativas” (Mankiw, 2001) e alentam para os recursos utilizados para produção de bens e serviços que causam à sociedade. Em outras palavras, muitas investem em determinadas áreas sociais ou ambientais para contrabalançar efeitos nocivos que suas práticas de negócios ocasionam.

Além desta motivação das empresas em publicarem seus BS, há também a de agregar a RSE à estratégia de seus negócios para que, desta forma, ajudem a melhorar sua imagem. Estas motivações evidenciam que a RSE não é considerada somente quanto aos princípios éticos.

Outra questão que este estudo pôde apontar é que a não obrigatoriedade da publicação do BS torna as empresas livres para decidir quando e como praticar investimentos sociais. Tornar compulsório a divulgação de suas atuações pode induzir algumas empresas, que não estão dispostas ao investimento social, a publicar seus BS de forma “não clara”, colocando em risco a legitimidade e a atitude ética que a RSE se propõe.

Ao que tudo indica, a publicação do BS não deve apenas ser motivada como fonte de lucratividade, ou seja, visando apenas questões econômicas, mesmo que neste momento muitas das empresas assim o façam. Sobretudo, o BS deve ser uma ferramenta confiável de avaliação das atuações sociais e ambientais das empresas que os publicam.

É provável que a institucionalização prática da publicação de BS (Ventura, 2005) motive empresas e proporcione informações não apenas qualitativas, mas também quantitativas sobre as atuações sociais. Os resultados permitirão com maior acuidade comparações inter-setoriais, intra-setoriais e interempresariais. Diante deste fato, ao verificar que as duzentas maiores empresas pertencentes ao *ranking* mencionado estão publicando mais seus BS, é possível que as menores se motivem a assim fazê-lo. Isto não apenas possibilita o entendimento individual das atuações sociais das empresas como também o entendimento coletivo em seus respectivos setores.

A publicação dos BS levanta importantes aspectos para a sociedade, recupera a discussão sobre RSE no Brasil, acalora o discurso do desenvolvimento sustentável, incentiva à sociedade em geral a re-avaliar o papel das empresas e alentam os gestores brasileiros para a preocupação com a comunidade envolvente (Almeida e Sobral, 2007). Também corrobora para a discussão sobre o impacto da produção de bens e serviços assim como para a maior eficiência na utilização dos recursos naturais disponíveis. Além disto, a importância dada a RSE mantém vivos os códigos morais e éticos no âmbito das atuações empresariais e alimenta a busca de soluções das incongruências de interesses que afetam a todos.

Embora os avanços nas frequências de publicações dos BS nem sempre representem neste momento aumento real nos investimentos sociais, ou seja, que o discurso e a prática não nem sempre estejam caminhando na mesma velocidade, acreditamos que em médio ou longo prazo as empresas brasileiras estejam incorporando a responsabilidade social mais ativamente na gestão de seus negócios, movidas pelas atuais e acaloradas discussões nos meios empresariais e acadêmicos. Desta forma, as empresas talvez assumam um compromisso que pode resultar em um comportamento de co-responsabilidade junto aos *stakeholders* no enfrentamento dos problemas sociais.

Com efeito, os resultados deste estudo revelam que os setores refletem a extensão do comprometimento social das empresas e que as mesmas estão utilizando a RSE em suas estratégias corporativas. Também mostram que o crescente número de publicações, observadas na análise qualitativa, evidencia que as empresas estão envidando esforços para

serem consideradas pela sociedade como “responsáveis”, podendo gerar benefícios tanto para as empresas como para os *stakeholders*.

Esta influência mútua entre empresas e *stakeholders* muito pode contribuir para maior atenção ao tema RSE. Mesmo que as empresas apenas divulguem suas preocupações perante a RSE, objetivando apenas a construção de uma boa imagem frente à sociedade, e podendo com isto se beneficiar economicamente; dialeticamente, incentiva a formação de opinião mais exigente e atuante por parte dos *stakeholders*. Isto os torna mais sensíveis às atitudes por parte das empresas. Em consequência, a maior frequência dos BS talvez possa ajudar a construir um comportamento organizacional favorável para toda a sociedade no cenário empresarial brasileiro.

Conforme visto previamente neste estudo, a pressão reguladora é uma possível ferramenta do governo para o melhoramento das práticas sociais das empresas. De acordo com este argumento, observamos na Análise Intra-setorial que o setor de “Energia Elétrica”, cuja publicação do BS é compulsória, foi o setor que mais investiu socialmente nos Indicadores Sociais Externos. Entretanto, podemos constatar que a obrigatoriedade de publicação de BS possivelmente induziu as empresas deste setor a publicar o BS de suas atuações sociais de forma não objetiva, visto o elevado investimento em valores reais publicados no Indicador “Outros”. Já o setor “Saneamento” concentrou 97,3% dos investimentos sociais no tópico “Saúde e Saneamento” do IBASE, na amostra analisada. Isto significa que, provavelmente, alguma(s) empresa(s), pertencente ao setor “Saneamento”, publicou no BS o que deveria ser publicado somente no Balanço Patrimonial ou no Resultado do Exercício.

Com isto, verificamos que há algumas disparidades na publicação dos BS. Esta discrepância, por um lado pode provocar ceticismo aos interessados, provocando uma desaceleração nos investimentos sociais e, por outro, a divulgação em massa da RSE, pode produzir uma cultura que exija maior comprometimento e investimentos nesta área. Bem como, motive uma cultura empresarial mais ética, que realmente se preocupe com a sociedade e com o meio ambiente.

Portanto, respondendo questão da pesquisa, verificamos que a elevada ênfase no interesse da sociedade a respeito da RSE e a institucionalização de tal prática (Ventura, 2005) refletiu no aumento nas publicações de BS. Entretanto, observamos que os investimentos sociais em valores reais nem sempre corresponderam ao aumento das publicações dos BS.

Por fim, ao verificar a correlação entre o ROL e o somatório dos Indicadores Sociais Internos, Contribuição para a Sociedade (Indicadores Sociais Externos menos Tributos) e Indicadores Ambientais; observamos que há associação entre as duas variáveis, ou seja, demonstra que a correlação é significativa. Esta correlação¹⁹ foi verificada em valores absolutos, portanto é natural que empresas com receitas e lucros mais robustos dedicasse um volume maior aos investimentos sociais e ambientais.

¹⁹ No tópico “Correlação”, excluimos a Petrobrás, em virtude desta empresa obter volume de investimentos sociais e ROL muito superior às outras, podendo ser considerada nesta análise como *outlier*.

Por outro ângulo, verificamos que não há correlação dos percentuais dos indicadores, em relação ao ROL, e de seus respectivos posicionamentos no *ranking*, ou seja, não há um acréscimo de percentuais dos investimentos sociais conforme as empresas se encontram em posições maiores no *ranking*.

Portanto, quando a correlação é verificada em percentuais, a fim de averiguar a ênfase com que as empresas atuam social e ambientalmente, torna mais justo o julgamento de tais empresas, não beneficiando as maiores e sendo equitativo com as menores.

A partir dos resultados desta pesquisa, outros estudos podem ampliar a avaliação das atividades de RSE. Acreditamos que tal análise pode ser usada pelas empresas e por acadêmicos que desejam desenvolver comparações, análises e o aprofundamento sobre a prática social das empresas instaladas no Brasil. Além disso, este estudo também pode ser usado em adicionais estudos como *benchmarking* das atuações sociais das empresas no Brasil.

Recomendações e encaminhamentos para futuras pesquisas

No desenvolvimento do estudo foi possível encontrar uma enormidade de outros assuntos ao qual este está unido, portanto futuras pesquisas sobre BS e RSE deveriam ser elaboradas para contribuir na trajetória do conhecimento num âmbito mais robusto. Sabendo que naturalmente não foi possível tratar de todos, deixamos aqui uma recomendação como um incitamento de caráter especulativo.

Conforme foi visto no capítulo da Revisão Bibliográfica, prévias pesquisas enfatizaram que alguns assuntos sobre BS ainda permanecem não resolvidos. Entre as questões que podem ser levantadas estão, por exemplo, as investigações de quais fatores explicam a decisão da empresa em contribuir para a sociedade através de investimentos sociais e ambientais. A compreensão dos fatores é importante para nós que desejamos ver aperfeiçoamentos no objetivo e na relevância das publicações dos BS.

Podemos também sugerir um estudo sobre a transparência das empresas no Brasil que publicam seus BS, visto que muitas não têm esses documentos analisados por auditores sociais, conforme observado na revisão bibliográfica. Portanto, alguns dos dados publicados podem não condizer com os verdadeiros valores investidos no âmbito social e ambiental. Um caminho inicial para a busca desta resposta seria quantificar as empresas que contratam auditorias para verificação e legitimação dos BS.

Novos estudos de casos das empresas podem prover inferências sobre as motivações de seus gestores, na compreensão das barreiras para a publicação dos BS e também entender porque e de que forma as contribuições são perpetradas em relação a RSE. Neste sentido podemos compreender com mais clareza sobre as estratégias eleitas pelas empresas que utilizam o BS, tanto daquelas que publicam seus BS apenas como mais uma ferramenta da comunicação de marketing, como aquelas que o fazem com o comprometimento ético.

Também podem ser investigadas questões difíceis de serem abordadas como, por exemplo, aquelas relativas às razões que levam uma empresa ao investimento social sem considerar os benefícios fiscais, motivos estes que devem ser averiguados junto aos

tomadores de decisão. Além de outras questões que estão diretamente vinculadas aos dados, mas que não foram analisadas.

Outro estudo relevante seria encontrar um percentual ideal de investimentos sociais e ambientais em relação ao ROL e ao LL. Provavelmente possíveis análises feitas em empresas de outros países, consideradas referências na prática de RSE, podem revelar tais percentuais ideais.

À guisa de conclusão, nesta dissertação apenas foram considerados, na pesquisa quantitativa, os Indicadores que utilizavam o modelo IBASE. Como outros modelos de BS foram excluídos para facilitar a padronização da amostra e em virtude da escassez de tempo necessário para avaliar individualmente todas as 500 empresas. Um estudo proveitoso seria o de analisar os investimentos sociais de todas as empresas presentes no *ranking* estudado.

BIBLIOGRAFIA

ADAMS, C.; EVANS, R. Accountability, Completeness, Credibility and the Audit Expectations Gap. Australia: Greenleaf Publishing, 2004

ADAMS, C.; HILL, W.; ROBERTS, C. Corporate social reporting practices in Western Europe; legitimating corporate behavior? The British Accounting Review, vol. 30, n. 1, 1998

ALMEIDA, F. Responsabilidade Social das Empresas e Valores Humanos: Um estudo sobre a atitude dos gestores brasileiros. Tese de Doutorado em Administração. Fundação Getúlio Vargas – EBAPE. Rio de Janeiro, 2007.

ALMEIDA, F.; SOBRAL, F. A influência dos valores culturais na Responsabilidade Social das Empresas. Um estudo empírico sobre a atitude dos gestores brasileiros. Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão. Volume 6. Nº 3. Julho/Setembro, 2007.

ANEEL - Agência Nacional de Eletricidade. Resolução 444. Disponível em: <www.aneel.gov.br>. Acesso em: 12 jan. 2008.

ARAYA, M. Exploring Terra Incognita: Non-financial Reporting in Corporate Latin America. Yale Center for Environmental Law and Policy, USA, Greenleaf Publishing, 2006

ASHLEY, P. Ética e Responsabilidade Social nos Negócios. São Paulo: Saraiva, 2003.

BURKE L.; LOGSDON J. How Corporate Social Responsibility Pays Off. Elsevier Science Ltd. Great Britain, 1996

CAMBRIDGE. Advanced Learner's Dictionary. Cambridge University Press, 2003.

CANAL FUTURA. Disponível em: <www.futura.org.br> Acesso em: 20 junho. 2008.

CARBONOBASIL. Como Funciona o mercado de compra e venda de créditos de carbono? Disponível em: <<http://www.carbonobrasil.com/faq.htm>> Acesso em: 9 Maio. 2008.

CARVALHO, F. Análise da Utilização dos Indicadores Essenciais da Global Reporting Initiative nos Relatórios Sociais em Empresas Latino-Americanas. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis, 2007.

CHARÃO, C. Bovespa lança Indicador baseado em critérios de sustentabilidade/2005. Disponível em: <www.bovespa.org.br> Acesso em: 7 maio. 2008.

DAWKINS, J. Corporate responsibility: The communication challenge. Journal of Communication Management. London: 2004.

DIAS, L. “Análise da Utilização dos Indicadores do *Global Reporting Initiative* nos relatórios sociais em empresas Brasileiras”. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2006.

DIERKES, M.; ANTAL, A. The usefulness and use of social reporting information. Accounting, Organizations and Society, vol . 10, n. 1, p. 29-34, 1985

DOANE, D. Beyond corporate social responsibility: minnows, mammoths and markets. New Economics Foundation. London , 2004.

ETHOS, INSTITUTO. Guia de Elaboração do Balanço Social - 2007. Disponível em: <www.ethos.org.br>. Acesso em: 8 maio. 2008.

GRI – Global Reporting Initiative. Sustainability Reporting Guidelines on Economic, Environmental and Social Performance, Global Reporting Initiative. Disponível em: <www.gri.org>. Acesso em: 7 maio. 2008.

HARDIN, G. The Tragedy of the Commons. Science, New Series, Vol. 162, No. 3859. Dec, 1968

IBASE, INSTITUTO. Base de dados Balanço Social/IBASE, 2006. Disponível em: <www.balancosocial.org.br> Acesso em: 7 maio. 2008.

IBASE, INSTITUTO. Empresas que em 2006 receberam o Selo Balanço Social Ibase/Betinho 2005. <http://www.ibase.org.br/modules.php?name=Conteudo&pid=31>. Disponível em: 8 de maio de 2008

ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial. O Mercado. Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br/Principal.asp>> Acesso em: 31 março. 2008

KNOEPFEL, I. Dow Jones Sustainability Group Index: A Global Benchmark for Corporate Sustainability. Vol. 8. Elsevier Science Inc, 2001

KRIEBEL, D.; TICKNER, J.; EPSTEIN, P.; LEMONS, J.; LEVINS, R.; LOECHLER E.; QUINN, M.; RUDEL, R.; SCHETTLER, T.; STOTO, M. The Precautionary Principle in Environmental Science. Environmental Health Perspectives, Vol. 109, No. 9. Sep., 2001

LAFUENTE, A.; VIÑUALES, V.; PUEYO, R.; LLARÍA, J. La Fundación Ecología y Desarrollo (ECODES) Research International Group (SiRi Group) y de Ethical Investment Research Service (EiRiS), organizaciones especializadas en el rating RSC. Marzo, 2003.

LINE, M.; HAWLEY, H.; KRUT, RIVA. The Development of Global Environmental and Social Reporting, Corporate Environmental Strategy, Vol. 9, No. 1. Elsevier Science Inc., 2002

LOCKE, R.; Note on Corporate Citizenship in a Global Economy. Sloan School of Management and Department of Political Science, MIT. 1999

MAIGNAN, I.; FERRELL, O. Corporate Social Responsibility and Marketing: An Integrative Framework. Journal of the Academy of Marketing Science. Volume 32, No. 1, pages 3-19, 2004.

MANKIW, N. Principles of Economics- 2nd Edition, The Dryden Press, 2001

MARTIN, R. The Virtue Matrix. Harvard Business Review, v. 80, n. 3, p. 66-77. A revista Corporate Responsibility Management, 2002.

NORMAN, W.; MACDONALD, C. Getting to the Bottom of “Triple Bottom Line”. Business Ethics Quarterly, Volume 14, Issue 2. ISSN 1052-150X. PP. 243-262, 2004.

PEINADO-VARA, E. Corporate Social Responsibility in Latin America and the Caribbean. Sustainable Development Department Technical papers series ; PEF-102. Reference No. PEF-102. Washington, D.C. Inter-American Development Bank, June 2004

PRESTON, L. E. Research on corporate social reporting: Directions for development. Accounting, Organizations and Society, vol. 6, n. 3, p. 255-262, 1981.

PUPPIM DE OLIVEIRA, J. A. Uma Avaliação dos Balanços Sociais das 500 Maiores. RAE-eletrônica, v. 4, n. 1, Art. 2, jan./jul. 2005.

<http://www.rae.com.br/electronica/index.cfm?FuseAction=Artigo&ID=2081&Secao=ARTIGOS&Volume=4&Numero=1&Ano=2005>

RAHAMAN, A. S.; LAWRENCE, S.; ROPER, J. Social and environmental reporting at the VRA: institutionalised legitimacy or legitimization crisis? Critical Perspectives on Accounting, vol. 15; n. 1, p. 35-56, 2004.

Revista Conjuntura Econômica. As 500 maiores empresas S.A. não-financeiras. Fundação Getulio Vargas. IBRE. v. 60, n. 8, 2006.

SECCHI D. The Italian experience in social reporting: an empirical analysis. Corporate Social Responsibility and Environmental Management. Chichester: Jul 2006. Vol. 13, Iss. 3; pg. 135.

<http://proquest.umi.com/pqdlink?did=1140828801&sid=3&Fmt=2&clientId=22227&RQT=309&VName>

SILVA, C.; FREIRE, F. Balanço Social: Teoria e Prática: inclui o novo modelo do IBASE. São Paulo: Atlas, 2001.

SIQUEIRA, O.; WACHHOLZ, J.; STEINMETZ, S.; FERREIRA M.; COSTA, A.; WOZNIAK, M. Mudanças climáticas projetadas através dos modelos GISS e reflexos na produção agrícola brasileira. Revista Brasileira de Agrometeorologia, Santa Maria, v. 8, n. 2, p. 311-320, 2000

TREVISAN, F. Balanço Social como Instrumento de Marketing. RAE-eletrônica, Volume 1, Número 2, jul-dez/2002. Editora: Fundação Getulio Vargas – Escola de Administração de Empresas de São Paulo.

<http://www.rae.com.br/eletronica/index.cfm?FuseAction=Artigo&ID=1465&Secao=PWCVolume=1&Numero=2&Ano=2002>

VENTURA, E. Dinâmica de Institucionalização de Práticas Sociais: Estudo da Responsabilidade Social no Campo das Organizações Bancárias. Tese de Doutorado. FGV – EBAPE. Rio de Janeiro, 2005.

VERGARA, S. Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração. 9ª Edição. Atlas, 2007

WAGNER, M.; MOTTA, V.; DORNELLES, C. Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Passo a Passo. Editora da Universidade de Caxias do Sul, 2004.

WIND, Y.; MAIN, J. Driving Change: How the Best Companies are Preparing for the 21st Century, The Free Press, 1998

Anexo 1 – Qualificação das 500 maiores empresas S.A. não financeiras do Brasil

ranking	Empresa	BS 2005	BS anos anteriores	Subsidiária com BS	Setor
1	Petrobras	X			Refino de petróleo e produção de álcool
2	CVRD	X			Extração Mineral
3	Telemar	X			telecomunicações
4	Telefônica Vivo	X			telecomunicações
5	CSN	X			Metalurgia básica
6	braskem	X			produtos químicos
7	Eletrobrás	X			energia elétrica
8	Brasil Telecom	X			telecomunicações
9	Petrobrás Distribuidora			X	comércio atacadista
10	AmBev	X			bebidas
11	Eletropaulo	X			energia elétrica
12	Embraer	X			Construção, montagem ou Reparação de Aeronaves
13	Usiminas	X			Metalurgia básica
14	Pão de Açúcar	X			comércio varejista
15	Embratel		X		telecomunicações
16	Furnas	X			energia elétrica
17	Sabesp	X			saneamento
18	Cemig Distribuição	X			energia elétrica
19	Bunge Alimentos				produtos alimentícios
20	CST	X			Metalurgia
21	eletronorte	X			energia elétrica
22	light	X			energia elétrica
23	chesf	X			energia elétrica
24	Tim Celular		X		telecomunicações
25	Gerdau	X			comércio atacadista
26	Sadia	X			produtos alimentícios
27	Cosipa	X			Metalurgia básica
28	cargill	X			produtos alimentícios
29	Fiat				fabricação e montagem de veículos automotores, partes e peças
30	Belgo Siderurgica	X			Metalurgia
31	Refap Alberto Pasqualini	X			Petróleo
32	CPFL	X			energia elétrica
33	Telesp Celular			X	telecomunicações
34	Oi			X	telecomunicações
35	BungeFertilizantes2006DOE	X			produtos químicos
36	Petróleo Ipiranga	X			Comércio Atacadista
37	Suzano e Bahia Sul		X		celulose e papel
38	Copel Distribuição	X			energia elétrica
39	cesp	X			energia elétrica
40	aracruz	X			celulose e papel
41	Souza Cruz	X			produtos do fumo
42	Acesita	X			Metalurgia básica
43	Globo	X			atividades de televisão
44	Norberto Odebrecht		X		Construção

45	tam	X			serviços de transporte
46	VCP	X			celulose e papel
47	Tractebel	X			energia
48	Klabin	X			celulose e papel
49	cba				Metalurgia básica
50	Perdigão Agroindustrial	X			produtos alimentícios
51	CEDAE	X			saneamento
52	Coelba	X			energia elétrica
53	MBR				Extração Mineral
54	Cemig Geração e Transmissão			X	energia elétrica
55	Varig				serviços de transporte
56	Gerdau Aços Longos			X	Metalurgia
57	Basf	X			Produtos químicos
58	BCP	X			telecomunicações
59	Celesc	X			energia elétrica
60	Copesul	X			Produtos químicos
61	Transpetro			X	serviços de transporte
62	Dow Brasil				Produtos químicos
63	Ampla	X			energia elétrica
64	Alcoa	X			Metalurgia básica
65	celg	X			energia elétrica
66	Comgas	X			gás
67	Elektro	X			energia elétrica
68	Multibras		X		máquinas e equipamentos
69	Cimento Rio Branco				produtos de minerais não-metálicos
70	CEEE	X			energia elétrica
71	Samarco	X			Extração Mineral
72	Pirelli Pneus	X			artigos de borracha e plástico
73	Sendas Distribuidora				Comércio Varejista
74	albras	X			Metalurgia básica
75	Alunorte		X		Metalurgia básica
76	copasa	X			saneamento
77	Celpe	X			energia elétrica
78	CTEEP	X			energia elétrica
79	Coinbra				comércio atacadista
80	eletronuclear	X			energia elétrica
81	Americanas	X			comércio varejista
82	Renault	X			fabricação e montagem de veículos automotores, partes e peças
83	Bandeirante Energia	X			energia elétrica
84	Manaus Energia	X			energia elétrica
85	Gol Transportes Aéreos	X			serviços de transporte
86	Telerj Celular				telecomunicações
87	coelce	X			energia elétrica
88	Petroquímica União	X			produtos químicos
89	Rio Grande Energia	X			energia elétrica
90	Caraíba Metais		X		Metalurgia básica
91	TIMSul		X		telecomunicações
92	Copel Geração	X			energia elétrica

93	CPFL - Piratininga				energia elétrica
94	weg	X			máquinas, aparelhos e materiais elétricos
95	MRS Logística	X			serviços de transporte
96	Sanepar	X			saneamento
97	pontofrio				comércio varejista
98	Ripasa				celulose e papel
99	Cemat	X			energia elétrica
100	AES Tietê	X			energia elétrica
101	V & M T U B E S	X			metalurgia
102	Maxitel			X	telecomunicações
103	Metrô SP	X			serviços de transporte
104	TIM Nordeste			X	telecomunicações
105	AES Sul	X			energia elétrica
106	Celpa	X			energia elétrica
107	ipiranga petroquímica			X	produtos químicos
108	Andrade Gutierrez		X		construção
109	Aços Villares				metalurgia
110	CPTM_SP	X			Serviços de transporte
111	avipal	X			produtos alimentícios
112	Ericsson	X			materiais eletrônicos e equipamentos de comunicações
113	TBG	X			gás
114	Natura	X			produtos químicos
115	escelsa	X			Eletricidade e gás
116	coteminas	X			produtos têxteis
117	Kraft Foods	X			produtos alimentícios
118	duratex	X			produtos de madeira
119	Vicunha	X			produtos têxteis
120	liquigas			X	comércio atacadista
121	CELULAR_CRT			X	telecomunicações
122	votorantim metais zinco	X			Metalurgia básica
123	Seara		X		produtos alimentícios
124	Casas Pernambucanas				Comércio Varejista
125	CENIBRA	X			celulose e papel
126	makro	X			comércio atacadista
127	ipirangadistribuidora			X	comércio atacadista
128	Telemig Celular				telecomunicações
129	Vega do Sul			X	metalurgia
130	Telet_Claro			X	telecomunicações
131	Embasa		X		saneamento
132	Semp Toshiba AM				materiais eletrônicos e equipamentos de comunicações
133	CBMM	X			metalurgia
134	TenarisConfab	X			metalurgia
135	Global Telecom			X	telecomunicações
136	CIEN				energia elétrica
137	MRN		X		Extração Mineral
138	14 Brasil Telecom Celular	X			telecomunicações
139	Duke Energy	X			energia elétrica

140	Enersul	X			energia elétrica
141	Corsan	X			saneamento
142	Ultrafertil			X	produtos químicos
143	Queiroz Galvão	X			construção
144	Camargo Corrêa	X			construção
145	Arcelor	X			Metalurgia básica
146	América Latina Logística	X			serviços de transporte
147	Siemens	X			materiais eletrônicos e equipamentos de comunicações
148	CEG	X			gás
149	Siderúrgica Barra Mansa			X	metalurgia
150	Embraco	X			máquinas e equipamentos
151	marcopolo	X			fabricação e montagem de veículos automotores, partes e peças
152	Claro (americel)	X			telecomunicações
153	Termelétrica Norte Fluminense	X			energia elétrica
154	Ultragaz				comércio varejista
155	WEG	X			comércio atacadista
156	Doux Frangosul	X			produtos alimentícios
157	Saint-Gobain Vidros	X			produtos de minerais não-metálicos
158	usinacaete				açúcar e álcool
159	Mahle Metal	X			fabricação e montagem de veículos automotores, partes e peças
160	Fosfertil	X			produtos químicos
161	Ferrovias Centro-Atlântica	X			serviços de transporte
162	LEP				aluguel de veículos, máquinas e equipamentos
163	Grendene	X			couros e calçados
164	CEB	X			energia elétrica
165	camargo corrêa cimentos	X			produtos de minerais não-metálicos
166	Oxiteno NE			X	produtos químicos
167	rexam	X			produtos de metal
168	168 renner	X			Comércio Varejista
169	niqueltocantins				Metalurgia básica
170	Lojas Riachuelo	X			comércio varejista
171	bhpBilliton	X			Metalurgia básica
172	Rio Doce Manganês			X	metalurgia
173	Petroflex	X			produtos químicos
174	Tigre		X		artigos de borracha e plástico
175	Saneago				saneamento
176	videolar	X			indústrias diversas
177	Spal				bebidas
178	Magazine Luiza				Comércio Varejista
179	São Paulo Alpargatas	X			couros e calçados
180	Schincariol		X		bebidas
181	Mosaic Fertilizantes				produtos químicos
182	Martins				comércio atacadista
183	Itautec Philco	X			máquinas para escritório e equipamentos de informática
184	Aché	X			produtos farmacêuticos e veterinários
185	Alcatel	X			materiais eletrônicos e equipamentos de comunicações

186	Gradiente Eletrônica	X			materiais eletrônicos e equipamentos de comunicações
187	eletrosul	X			energia elétrica
188	Novartis	x			produtos farmacêuticos e veterinários
189	Cemar	X			produtos químicos
190	unipar	X			produtos químicos
191	Fertilizantes Heringer				produtos químicos
192	Bayer	X			produtos químicos
193	Oxitenó			X	produtos químicos
194	AutoBan	X			atividades anexas e auxiliares do transporte
195	Ferronorte				serviços de transporte
196	Sotreq				Comércio Atacadista
197	Magnesita				produtos de minerais não-metálicos
198	EMS	X			produtos farmacêuticos e veterinários
199	cbtu	X			serviços de transporte
200	Cosern	X			energia elétrica
201	CTBC				telecomunicações
202	termopernambuco	X			energia elétrica
203	Politenó				produtos químicos
204	Infoglobo				edição e impressão
205	Lojas Colombo	X			Comércio Varejista
206	Holcim	X			produtos de minerais não-metálicos
207	CCE AM				materiais eletrônicos e equipamentos de comunicações
208	Caesb	X			saneamento
209	Cimento Itaú	X			produtos de minerais não-metálicos
210	Veracel		X		celulose e papel
211	Localiza	X			aluguel de veículos, máquinas e equipamentos
212	Yara Brasil				produtos químicos
213	Villares Metals				metalurgia
214	Atlas Schindler				máquinas e equipamentos
215	Marlim				Petróleo
216	randon	X			fabricação e montagem de veículos automotores, partes e peças
217	Roche				produtos farmacêuticos e veterinários
218	Schincariol NE				bebidas
219	Cimento Poty				produtos de minerais não-metálicos
220	Telegoiás Celular				telecomunicações
221	Compesa				saneamento
222	Nibrasco				Extração Mineral
223	santistatextil	X			produtos têxteis
224	Grupo Orsa	X			celulose e papel
225	NovaMarlim				Petróleo
226	CODESP	X			atividades anexas e auxiliares do transporte
227	Energipe	X			energia elétrica
228	Clariant				produtos químicos
229	Termomecânica				metalurgia
230	Ecovias Imigrantes				atividades anexas e auxiliares do transporte
231	AES Uruguiana	X			energia elétrica

232	Telefônica Empresas				telecomunicações
233	Arcom				Comércio Atacadista
234	Gerdau Comercial				comércio atacadista
235	Jari Celulose				celulose e papel
236	Star One				telecomunicações
237	Vonpar	X			bebidas
238	CGTF				energia elétrica
239	VIPAL	X			artigos de borracha e plástico
240	contax				telecomunicações
241	Amsted Maxion				fabricação e montagem de veículos automotores, partes e peças
242	Monsanto NE				produtos químicos
243	Lojas Cem				Comércio Atacadista
244	TVSBT				comércio atacadista
245	Saelpa	X			celulose e papel
246	agrenco				serviços de transporte
247	GUARARAPES				vestuário
248	Spaipa				bebidas
249	Usinas Mecânicas				produtos de metal
250	Cantagalo_Lafarge	X			produtos de mineirais não-metálicos
251	Inal				produtos de metal
252	Copel Elétrica		X		energia elétrica
253	Cagece		X		saneamento
254	Atento				serviços prestados às empresas
255	Fratelli Vita				bebidas
256	Casan	X			saneamento
257	Vigor	X			produtos alimentícios
258	Moinhos Cruzeiro do Sul				produtos alimentícios
259	Bombril				produtos de metal
260	Solvay Indupa S.A.I.C.				produtos químicos
261	GalvaSud				produtos de metal
262	Leroy Merlin				comércio varejista
263	Innova	X			produtos químicos
264	Elekeiros				produtos químicos
265	Fluxo				comércio atacadista
266	Eucatex				produtos de madeira
267	deten	X			produtos químicos
268	Varig Engenharia				Construção, montagem ou Reparação de Aeronaves
269	dersa				atividades anexas e auxiliares do transporte
270	Santher				celulose e papel
271	NovaDutra				atividades anexas e auxiliares do transporte
272	Norte Brasil Telecom			X	telecomunicações
273	Serveng-Civilsan				construção
274	Garoto				produtos alimentícios
275	Dedini	X			máquinas e equipamentos
276	ceal	X			energia elétrica
277	Terra Networks				telecomunicações
278	Telebahia Celular				telecomunicações

279	Ipiranga Comercial				Comérico Atacadista
280	Porter & Gamble				indústrias diversas
281	Amazônia Celular		X		telecomunicações
282	diagnosticoamerica	X			saúde e serviços sociais
283	Gerdaul Aços Especiais				metalurgia
284	via oeste bal patr 2006 CS	X			atividades anexas e auxiliares do transporte
285	Kobrasco				Extração Mineral
286	Orbitall				serviços de informática e conexos
287	Agripec				produtos químicos
288	eluma				Metalurgia
289	UOL	X			telecomunicações
290	O Estado de São Paulo				edição e impressão
291	Gonvarri				produtos de metal
292	Providência		X		artigos de borracha e plástico
293	dixie toga				artigos de borracha e plástico
294	Cimento Tocantins				produtos de mineirais não-metálicos
295	Azaléia	X			couros e calçados
296	Gafisa		X		atividades imobiliárias
297	Ticket				serviços creditícios e conexos
298	Cataguazes-Leopoldina	X			energia elétrica
299	cpm	X			serviços de informática e conexos
300	romi	X			máquinas e equipamentos
301	Prysmian Energia				máquinas, aparelhos e materiais elétricos
302	cecrisa	X			produtos de mineirais não-metálicos
303	Magneti Marelli				fabricação e montagem de veículos automotores, partes e peças
304	ALE				Comércio Atacadista
305	Jamyr Vasconcellos				Comérico Atacadista
306	hering				vestuário
307	TermoRio				energia elétrica
308	Y. Yamada				Comérico Varejista
309	ferbasa	X			Metalurgia
310	net rio				telecomunicações
311	Telest Celular	X			telecomunicações
312	fertibrás				produtos químicos
313	farmácias Pague Menos				comércio varejista
314	Hispanobrás				Extração Mineral
315	Ceron				energia elétrica
316	Copertrading				comércio atacadista
317	Cesan				saneamento
318	Carbocloro				produtos químicos
319	Novatrans				energia elétrica
320	Telemat Celular	X			telecomunicações
321	Nec				materiais eletrônicos e equipamentos de comunicações
322	Schering-Plough				produtos farmacêuticos e veterinários
323	Esteve				comércio atacadista
324	Varig Logística				serviços de transporte
325	Owens Illinois				produtos de mineirais não-metálicos

326	iesa	X		produtos de metal
327	Azulejos Eliane			produtos de mineirais não-metálicos
328	Celtins	X		energia elétrica
329	Rima			metalurgia
330	CPFL Brasil			energia elétrica
331	Sifco			fabricação e montagem de veículos automotores, partes e peças
332	Arno			máquina e equipamentos
333	Cisa			Comérico Atacadista
334	White Martins NE			produtos químicos
335	CEM			energia elétrica
336	Continental Tobaccons			produtos do fumo
337	Semesa			energia elétrica
338	Delta Construções			construção
339	Cepisa			energia elétrica
340	Polialden			produtos químicos
341	Equipav			açúcar e álcool
342	Josapar			produtos alimentícios
343	Satipel			produtos de madeira
344	ceam		X	energia elétrica
345	Itabrasco			Extração Mineral
346	Ceg Rio			gás
347	Prosegur		X	vigilância e segurança
348	Rio Negro			produtos de metal
349	Tortuga			produtos farmacêuticos e veterinários
350	GR			alojamento e alimentação
351	CGTEE	X		energia elétrica
352	Santos-Brasil			atividades anexas e auxiliares do transporte
353	Placas do Paraná			produtos de madeira
354	Valesul			metalurgia
355	Thyssenkrupp			máquinas e equipamentos
356	Panasonic			materiais eletrônicos e equipamentos de comunicações
357	Cachoeira Dourada			energia elétrica
358	Nitro Química			produtos químicos
359	Investco	X		energia elétrica
360	TSN			energia elétrica
361	mundial	X		máquinas e equipamentos
362	Zero Hora			edição e impressão
363	Millennium			produtos químicos
364	Refinaria Ipiranga		X	Petróleo
365	Itá Energética	X		energia elétrica
366	Cimento Tupi			produtos de mineirais não-metálicos
367	Evandin			materiais eletrônicos e equipamentos de comunicações
368	Zamproгна	X		metalurgia
369	Zillo Lorenzetti			açúcar e álcool
370	Satélite			Comércio Atacadista
371	Bianchini			produtos alimentícios
372	Galvão Engenharia	X		construção

373	Schahin			construção
374	Imerys			Extração Mineral
375	Coimbra-Frutesp			bebidas
376	Sab Trading			Comércio Atacadista
377	Cobra	X		serviços de informática e conexos
378	Serasa	X		serviços prestados às empresas
379	renner	X		produtos químicos
380	Rio Branco			produtos alimentícios
381	Coimbra-Cresciumal			açúcar e álcool
382	Sorvane			produtos alimentícios
383	Armazém Paraíba			Comércio Atacadista
384	Petróleo Sabbá			comércio atacadista
385	Submarino	X		Comércio Varejista
386	Tramontina			produtos de metal
387	Soeicom			produtos de mineirais não-metálicos
388	Cimesa			produtos de mineirais não-metálicos
389	teka	X		produtos têxteis
390	Nortox			produtos químicos
391	Bahiagás	X		gás
392	Aga			produtos químicos
393	Usina Barra Grande			açúcar e álcool
394	Eldorado			comércio varejista
395	emae	X		energia elétrica
396	Cagepa	X		saneamento
397	EATE			energia elétrica
398	Caiuá	X		energia elétrica
399	Rossi			construção
400	Usina Colombo			açúcar e álcool
401	Suzano Petroquímica			produtos químicos
402	INB		X	elaboração de combustíveis nucleares
403	itapebi	X		energia elétrica
404	bardella			máquinas e equipamentos
405	Aker Promar			construção e reparação de ambarcações e estruturas flutuantes
406	São Paulo Transporte			serviços de transporte
407	Yoki Alimentos			Comércio Atacadista
408	Polietilenos União			produtos químicos
409	Dimed			Comércio Atacadista
410	Ficap			máquinas, aparelhos e materiais elétricos
411	Libra Navegação			serviços de transporte
412	Medley	X		produtos farmacêuticos e veterinários
413	Grigorífico Riosulense			produtos alimentícios
414	fras-le	X		fabricação e montagem de veículos automotores, partes e peças
415	Drogasil			comércio varejista
416	Ipiranga/Coca Cola	X		bebidas
417	Tafisa			produtos de madeira
418	petroquímica ptriunfo	X		Produtos químicos
419	Cacique			produtos alimentícios

420	gas natural	X			comércio varejista
421	repsol ypf	X			Petróleo
422	Caema				saneamento
423	Lojas Leader				Comércio Varejista
424	RFFSA				aluguel de veículos, máquinas e equipamentos
425	Azaléia Nordeste				couros e calçados
426	Cetesb	X			saneamento
427	Veja Engenharia				saneamento
428	Unicafé				Comércio Atacadista
429	Refinaria de Manguinhos				Petróleo
430	Rede Lajeado				energia elétrica
431	Ferramentas Gerais				Comércio Varejista
432	Sanasa	X			saneamento
433	portobello	X			produtos de minerais não-metálicos
434	MAESA				energia elétrica
435	Kepler Weber				máquinas e equipamentos
436	Rio Paracatu				Extração Mineral
437	Brastemp AM				máquinas e equipamentos
438	Cinpal				fabricação e montagem de veículos automotores, partes e peças
439	Camil Alimentos				produtos alimentícios
440	Protege				vigilância e segurança
441	Cosanpa				saneamento
442	Bic AM				indústrias diversas
443	Prodesp	X			serviços de informática e conexos
444	Egesa Engenharia				construção
445	Riopol	X			produtos químicos
446	Merck				produtos farmacêuticos e veterinários
447	Vulcabras NE				couros e calçados
448	American BankNote				edição e impressão
449	Metrô Rio				serviços de transporte
450	Faber-Castell				indústrias diversas
451	Prensas Schuler				máquinas e equipamentos
452	SCGÁS				gás
453	Mabe Campinas				máquina e equipamentos
454	Berneck				produtos de madeira
455	Gasmig				Comércio Varejista
456	Mendes Júnior				construção
457	Constran				construção
458	Deso	X			saneamento
459	Autometal				fabricação e montagem de veículos automotores, partes e peças
460	ABC Inco				produtos alimentícios
461	UTC Engenharia				construção
462	Emsa				construção
463	Caern		X		saneamento
464	SAB Company				Comércio Atacadista
465	Esmaltec				máquinas e equipamentos
466	Domingos Costa				produtos alimentícios

467	H. Carlos Schneider				produtos de metal
468	Zona Sul				comércio varejista
469	Leco				produtos alimentícios
470	Piraquê				produtos alimentícios
471	Schulz				máquinas e equipamentos
472	Construcap-CCPS				construção
473	Arteb				máquinas, aparelhos e materiais elétricos
474	Vivax				atividades de televisão
475	Iharabras				produtos químicos
476	Usina Itaquara				açúcar e álcool
477	CIV				produtos de minerais não-metálicos
478	Schincariol RJ				bebidas
479	Paramount Têxtil	X			produtos têxteis
480	Abalco				metalurgia
481	Barra do Pirai				produtos de metal
482	Brasympe				energia elétrica
483	Rodonorte				atividades anexas e auxiliares do transporte
484	Equipav Pavimentação				construção
485	Coniexpress				produtos alimentícios
486	Tambasa				Comércio por atacado
487	Brasfrio				produtos alimentícios
488	Mabe Itu				máquinas e equipamentos
489	Irani	X			celulose e papel
490	Cimento Mauá				produtos de minerais não-metálicos
491	Rolamentos Fag				fabricação e montagem de veículos automotores, partes e peças
492	Marisol		X		vestuário
493	C.R.Almeida-Obras				construção
494	Crown				produtos de metal
495	H. Stern				comércio varejista
496	Schincariol N/NE				bebidas
497	Fleury	X			saúde e serviços sociais
498	Serra da Fortaleza				metalurgia
499	CTBC Celular				telecomunicações
500	Sulgás				gás

Anexo 2 – Modelo IBASE

Balanço Social Anual			
Empresa:			
1. Base de Calculo		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
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 - Indicadores Sociais Internos			
3. Indicadores Sociais Externos	Valor (mil R\$)	% sobre RO	% sobre RL
Educação			
Cultura			
Saúde e saneamento			
Habitação			
Esporte			
Lazer e diversão			
Creches			
Alimentação			
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
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:			

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 portadores de deficiência ou necessidades especiais						
6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2005			Metas 2006		
Relação entre a maior e a menor remuneração da empresa						
Número total de acidentes de trabalho						
Os projetos sociais ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:						
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:						
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:						
A previdência privada contempla:						
A participação nos lucros ou resultados contempla:						
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:						
Quanto à participação dos empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:						
Número ções 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 2005:			Em 2006:		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	% governo	% colaboradores(as)	% acionistas	% governo	% colaboradores(as)	% acionistas
	% terceiros	% retido		% terceiros	% retido	

Anexo 3 - Indicadores Sociais Internos, Indicadores Sociais Externos e Indicadores Ambientais

Indicadores Sociais Internos			Indicadores Sociais Externos		Indicadores Ambientais		
Empresas	Particip. nos resultados	Total	Contribuições para a Sociedade	Total	relacionados com produção/ operação da empresa	programas e/ou projetos externos	Total
Acesita	10543	100493	5.966	313.589	1.512	1.561	3.073
Aes Sul	2942	18509	518	610.539	160	0	160
Albras	5952	49875	2.131	110.723			6.173
Ampla	4666	49145	50.387	949.276	4.564	38	4.602
Azaléia	4866	83914	3.455	121.415	1.755	0	1.755
Bahiagas	454	3186	765	33.070	121	226	347
Brasil Telecom	69064	384067	15.400	4.136.841	0	0	0
Caesb	7930	86518	751	84.202	136.394	31.717	168.111
Caiuá		1068	1.816	8.963	3.500		3.500
Camargo Corrêa	49395	384572	11.004	705.036	30.187	1.161	31.348
Ceal		29959	234	147.449			4.957
Ceb		67805	2.404	494.162		359	359
Cedae	0	258232	909.107	1.040.479	233.555	0	233.555
Ceee	6524	147258	14.863	629.142			6.936
Ceg	659	22232	954	134.079	30.137	738	30.875
Celesc	8626	115684	118.354	1.523.051	877	15.958	16.835
Celg	0	80949	76.920	798.647	0	44	44
Celpa		38081	98.717	656.950	15.203		15.203
Celpe	9014	60366	84.983	923.057	63.987	38	64.025
Celtins		12045	73.586	195.249	3.445		3.445
Cemat		29746	110.614	658.654	20.321		
Cesp		49182	2.612	257.674			8.686
Claro	44520	195554	30.947	30.947	0	0	0
Coelba	19883	91217	158.493	1.440.773	19.750	2.958	22.708
Coelce	7370	52139	79.781	668.276	7.954	0	7.954
Copasa	19549	213160	65.372	244.816	1.242	1.426	2.668
Copel Distribuição	21021	177233	65.753	2.188.308	56.431	71	56.502
Copel Geração	4821	34052	3.938	282.363	9.977		9.977
Copel Transmissão	4441	33802	460	87.574	3.094		3.094
Copesul	21500	64636	10.284	1.551.925	15.007	564	15.571
Corsan		112292	0	124.223			1.263
Cosern	5229	22352	41.459	318.268	443	979	1.422
Csn	51866	338116	13.522	2.257.597	229.243	0	229.243
Cst	80372	258285	9.051	574.364	181.792	1.986	183.778
Cvrd	235000	1283000	108.000	4.327.000	175.000	22.000	197.000
Duke Energy	1580	18132	774	31.930	996	1.777	2.773
Duratex	11700	118500	0	258.000	9.400	1.800	11.200
Elektro	13377	83083	13.655	1.103.405	6.134	200	6.334

Eletronorte	14030	150113	16.108	365.824			19.850
Eletropaulo	34816	904276	20.520	2.654.029	1.592	1.199	2.791
Eletrosul	16636	99064	4.564	67.877			2.537
Embraco	17938	99607	1.305	171.206	2.870	379	3.249
Embraer	111053	524319	13.853	297.235	6.118		6.118
Energipe	1215	20616	44.297	199.050			8
Enersul	4785	28854	676	380.004	4.636	1.257	5.893
Escelsa	6613	44933	1.827	822.266			0
Fras Le	3891	41162	529	50.219	4.635	0	4.635
Furnas	48587	422044	58.764	801.916	292	20.553	20.845
Gerdau	190460	693920	39.995	3.352.676	145.800	1.111	146.911
Iesa	428	47901	132	24.115	109	32	141
Investeo		2392	21	30.734	268	21.745	22.013
Itapebi		1338			808	547	1.355
Itautec Philco	1050	80650	588	149.652	56	420	476
Light	6500	100195	16.607	2.365.363	5.546	0	5.546
Localiza	8390	28162	816	76.659			0
Marcopolo	14128	131142	222	-18.003	4.534	25	4.559
Medley	1425	37608	2.371	2.371	135	20	155
Perdigão	36200	275600	1.500	669.600			8.900
Petrobras	1005744	6769027	473.702	70.274.875	1.224.745	44.195	1.268.940
Petroflex	6835	38347	823	823	8.481	125	8.606
Petroleo Ipiranga	35587	728745	6.089	6.089	53.424	96	53.520
Randon	23239	150076	1.626	177.208	3.248	0	3.248
Refap	10703	72454	6.834	3.017.058	1.920	1.111	3.031
Sabesp	44292	384344	17.859	883.732	33	4.197	4.230
Sadia	60	311775	1.220	1.023.559	22.358	10	22.368
Saelpa	1530	24734	32.253	287.652			127
Saint-Gobain	2912	23366	181	49.510	289	59	348
Samarco	14220	69004	4.009	358.574	11.946	5.608	17.554
Sanasa	2972	41331	2.405	15.336	441	80	521
Sanepar	8794	115095	3.118	170.462	278.194	2.051	280.245
Serasa	15426	73892	39.231	141.150	61	57	118
Tam	42465	266777	10.671	653.146	2.029	0	2.029
Telemar	50682	264556	49.382	7.611.105			
Termope		748		5.749			0
Tractebel Energia	10000	81000	10.000	525.000	7.000	6.000	13.000
Triunfo	5957	21195	315	315			
Usiminas	67554	253870	18.088	1.825.328	47.605	0	47.605
Votorantim	77508	761759	33.970	3.191.026	199.029	12.891	211.920

Valores em (R\$ mil)

Anexo 4 - Lucro Líquido (LL) e Receita Operacional Líquida (ROL) da amostra

Raking	Empresa	LL	ROL
1	Petrobras	23450	105823
2	Cvrd	10443	17094
3	Telemar	1717	14617
5	Csn	1879	8174
7	Elektrobras	975	6072
8	Brasil Telecom	-304	9509
11	Eletropaulo	-184	8297
12	Embraer	715	7921
13	Usiminas	3913	6956
16	Furnas	840	5053
17	Sabesp	866	4953
20	Cst	1403	5144
21	Eletronorte	-324	3433
22	Light	243	4875
25	Gerdau	1313	7327
26	Sadia	647	7086
31	Refap	198	5842
36	Petroleo Ipiranga	325	19091
38	Copel Distribuição	187	3785
39	Cesp	-196	1840
42	Acesita	589	3109
45	Tam	181	5505
47	Tractebel Energia	920	2467
50	Perdigão	353	4718
51	Cedae	-245	2304
52	Coelba	581	2702
59	Celesc	207	2994
60	Copesul	567	5533
63	Ampla	126	2146
65	Celg	118	1556
67	Elektro	658	2201
70	Ceee	41	1974
71	Samarco	1220	2469
74	Albras	247	1953
76	Copasa	289	1477
77	Celpe	135	1604
87	Coelce	189	1582
92	Copel Geração	232	1125
96	Sanepar	193	1118
99	Cemat	187	1233
105	Aes Sul	8	1331
106	Celipa	98	1125
115	Escelsa	155	1223
118	Duratex	135	1193

122	Votorantim	87	852
139	Duke Energy	113	615
140	Enersul	164	871
141	Corsan	20	834
144	Camargo Corrêa	141	1037
148	Ceg	79	1041
150	Embraco	58	1234
151	Marcopolo	80	1203
152	Claro	-195	799
157	Saint-Gobain	126	1080
164	Ceb	28	859
173	Petroflex	88	1378
183	Itautec Philco	46	1239
187	Eletrosul	166	468
200	Cosern	117	620
202	Termope	157	541
208	Caesb	68	553
211	Localiza	97	623
216	Randon	119	890
227	Energipe	67	381
245	Saelpa	72	493
252	Copel Transmissão	152	351
276	Ceal	12	469
295	Azaléia	27	425
326	Iesa	19	477
328	Celtins	44	266
359	Investco	20	199
378	Serasa	84	498
391	Bahiagas	55	481
398	Caiuá	-23	149
403	Itapebi	70	204
412	Medley	10	395
414	Fras_Le	34	362
418	Triunfo	41	483
432	Sanasa	35	247

Valores em (R\$ milhões)

Anexo 5 – Soma dos Indicadores em relação ao ROL

	Indicadores (Soma)	ROL	Indicadores/ROL
Acesita	109.532	3109000	0,035230621
Aes Sul	19.187	1331000	0,014415477
Albras	58.179	1953000	0,029789555
Ampla	104.134	2146000	0,048524697
Azaléia	89.124	425000	0,209703529
Bahiagas	4.298	481000	0,008935551
Brasil Telecom	399.467	9509000	0,04200936
Caesb	255.380	553000	0,461808318
Caiuá	6.384	149000	0,042845638
Camargo Corrêa	426.924	1037000	0,411691418
Ceal	35.150	469000	0,074946695
Ceb	70.568	859000	0,082151339
Cedae	1.400.894	2304000	0,60802691
Ceee	169.057	1974000	0,085641844
Ceg	54.061	1041000	0,051931796
Celesc	250.873	2994000	0,083791917
Celg	157.913	1556000	0,101486504
Celpa	152.001	1125000	0,135112
Celpe	209.374	1604000	0,130532419
Celtins	89.076	266000	0,33487218
Cemat	140.360	1233000	0,113836172
Cesp	60.480	1840000	0,032869565
Claro	226.501	799000	0,283480601
Coelba	272.418	2702000	0,100820873
Coelce	139.874	1582000	0,088415929
Copasa	281.200	1477000	0,190385917
Copel Distribuição	299.488	3785000	0,079124967
Copel Geração	47.967	1125000	0,042637333
Copel Transmissão	37.356	351000	0,10642735
Copesul	90.491	5533000	0,01635478
Corsan	113.555	834000	0,136157074
Cosern	65.233	620000	0,105214516
Csn	580.881	8174000	0,071064473
Cst	451.114	5144000	0,087697123
Cvrd	1.588.000	17094000	0,092898093
Duke Energy	21.679	615000	0,035250407
Duratex	129.700	1193000	0,108717519
Elektro	103.072	2201000	0,046829623
Eletrobras	94.490	6072000	0,015561594
Eletronorte	186.071	3433000	0,054200699
Eletropaulo	927.587	8297000	0,111797879
Eletrosul	106.165	468000	0,226848291
Embraco	104.161	1234000	0,084409238
Embraer	544.290	7921000	0,068714809
Energipe	64.921	381000	0,170396325

Enersul	35.423	871000	0,040669346
Escelsa	46.760	1223000	0,038233851
Fras_Le	46.326	362000	0,127972376
Furnas	501.653	5053000	0,099278251
Gerdau	880.826	7327000	0,12021646
Iesa	48.174	477000	0,100993711
Investco	24.426	199000	0,122743719
Itapebi	2.693	204000	0,01320098
Itaotec Philco	81.714	1239000	0,065951574
Light	122.348	4875000	0,025097026
Localiza	28.978	623000	0,046513644
Marcopolo	135.923	1203000	0,1129867
Medley	40.134	395000	0,101605063
Perdigão	286.000	4718000	0,060618906
Petroflex	47.776	1378000	0,034670537
Petroleo Ipiranga	788.354	19091000	0,041294537
Randon	154.950	890000	0,174101124
Refap	82.319	5842000	0,014090894
Sabesp	406.433	4953000	0,082057945
Sadia	335.363	7086000	0,047327547
Saelpa	57.114	493000	0,115849899
Saint-Gobain	23.895	1080000	0,022125
Samarco	90.567	2469000	0,036681652
Sanasa	44.257	247000	0,179178138
Sanepar	398.458	1118000	0,356402504
Serasa	113.241	498000	0,227391566
Tam	279.477	5505000	0,050767847
Telemar	313.938	14617000	0,021477595
Termope	748	541000	0,001382625
Tractebel Energia	104.000	2467000	0,042156465
Triunfo	21.510	483000	0,044534161
Usiminas	319.563	6956000	0,045940627
Votorantim	1.007.649	852000	1,18268662

Valores em (R\$ mil)