

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS
ESCOLA BRASILEIRA DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E DE
EMPRESAS MESTRADO PROFISSIONAL EM GESTÃO EMPRESARIAL

RAFAELA GARCIA ARAUJO

(DES)COMPASSOS ENTRE ENTENDIMENTO E PRÁTICAS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Rio de Janeiro

2012

RAFAELA GARCIA ARAUJO

**(DES)COMPASSOS ENTRE ENTENDIMENTO E PRÁTICAS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA**

Dissertação para obtenção do grau de mestre apresentada à Escola
Brasileira de Administração Pública e de Empresas

Área de concentração: Responsabilidade Social Corporativa

Orientador: Hélió Arthur Irigaray

Coorientador: Rafael Guilherme Burstein Goldszmidt.

Rio de Janeiro

2012

Araujo, Rafaela Garcia
(Des)compassos entre entendimento e práticas de responsabilidade social corporativa / Rafaela Garcia Araujo. – 2012.
90 f.

Dissertação (mestrado) - Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa.
Orientador: Hélio Arthur Reis Irigaray.
Coorientador: Rafael Guilherme Burstein Goldszmidt.
Inclui bibliografia.

1. Responsabilidade social da empresa. I. Irigaray, Hélio Arthur. II. Goldszmidt, Rafael Guilherme Burstein. III. Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas. Centro de Formação Acadêmica e Pesquisa. IV. Título.

CDD – 658.408



FUNDAÇÃO
GETULIO VARGAS

RAFAELA GARCIA ARAUJO

**(DES)COMPASSOS ENTRE ENTENDIMENTO E PRÁTICAS DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA.**

Dissertação apresentada ao Curso de Mestrado Executivo em Gestão Empresarial da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas para obtenção do grau de Mestre em Administração.

Data da defesa: 03/12/2012

Aprovada em:

ASSINATURA DOS MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA

Helio Arthur Reis Irigaray
Orientador (a)

Rafael Guilherme Burstein Goldszmidt
Co-Orientador (a)

Joaquim Rubens Fontes Filho

Sylmara Lopes Francelino Gonçalves Dias

DEDICATÓRIA

Dedico essa pesquisa aos meus tesouros, meus filhos Margot e Gabriel, ao meu amor Gustavo, aos meus queridos pais, Sonia e Marcelo, e à minha querida sogra-amiga Lucinha, pelo apoio incondicional.

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orientador Hélio Arthur Irigaray pela amizade e por acreditar em mim.

Ao meu coorientador Rafael Goldszmidt pela paciência, disposição em me ajudar e por todo apoio nesta trajetória.

Aos meus companheiros do curso de mestrado dos quais sentirei muita falta.

Aos diretores da FGV Projetos, em especial ao Cesar Cunha, ao Ricardo Simonsen e ao Francisco Torres, que têm sempre incentivado meu crescimento profissional ao longo dos últimos anos.

À minha família por me acompanhar nas minhas conquistas, pelo encorajamento e pelo acolhimento.

Agradeço ainda a todos os outros queridos que me ajudaram a concluir essa pesquisa: Vó Myriam, Fabiana, Alexandre, Marcelo, Maria Carolina, Rafael, Marina, Bruno, Juliana, Bernardo, Luis Fernando, Jorge, Georgia, Germane, Carolina, David, Tom, Maria Ivone, Maria Scarlet, Zulmira, Monica, Elza, Eduardo e Marcus.

RESUMO

Esta pesquisa propõe uma análise sobre como empresas listadas na Bolsa de Valores brasileira entendem responsabilidade social corporativa e colocam-na em prática. Para tal foram resgatadas discussões sobre o conceito de responsabilidade social corporativa, sua abrangência, complexidade, bem como os debates acadêmicos e corporativos sobre o tema. Por meio de uma análise qualitativa do conteúdo de relatórios anuais, sociais, de sustentabilidade e outros documentos, totalizando-se mais de 600 publicações, foram avaliados o entendimento em responsabilidade social corporativa e as práticas das 100 maiores empresas listadas na Bolsa de Valores brasileira. O entendimento foi avaliado com base em fragmentos de discurso e expressões lexicais, e a prática foi dimensionada com base nos programas e ações divulgadas. Como resultado, foram criadas três categorias atreladas ao entendimento do conceito (*Ampla*, *Restrita* e *Confusa*) e três ao comprometimento das práticas (*Alta*, *Média* e *Baixa*). Com esta análise, apenas um quarto da amostra foi classificada em um grupo de ampla entendimento e alto comprometimento das práticas. Também foi observado que quase um terço das empresas da amostra apresentou desvios no entendimento do que é Responsabilidade Social Corporativa, confundindo filantropia com o próprio negócio, ações voluntárias de funcionários como próprias, muitas com investimentos, entre outras informações ambíguas. A contribuição da presente pesquisa se faz relevante ao sintetizar e evidenciar (des)compassos entre o entendimento e as práticas de Responsabilidade Social Corporativa, podendo auxiliar para o enriquecimento do tema, na medida em que se estabelece uma metodologia analítica passível de aplicação e expansão efetiva para sustentação e reforço das ações socioambientais.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Corporativa. Balanço Social. Relatório Social. Relatório de Sustentabilidade. Padronização. Conceito. Compromisso. Prática. Ambiguidade.

ABSTRACT

This research considers an analysis on how companies listed in the Brazilian Stock Exchange understand corporative social responsibility and put it in practice. In order to do so, discussions on the concept, breadth and complexity of corporative social responsibility are presented, as well as the academic and corporate debates on the subject. Through qualitative analysis of the content of annual reports, social reports, sustainability reports and other documents, totaling more than 600 publications, the understanding and practices of corporate social responsibility of the top 100 companies listed in the Brazilian Stock Exchange were evaluated. The understanding of corporate social responsibility was assessed on the basis of speech fragments and lexical expressions, while its practice was examined based on the company's advertised programs and actions. As a result, three categories were created in association with the understanding of the concept of social responsibility (Ample, Restricted and Confused) and three categories were developed as they related to the company's commitment to the practice of corporate social responsibility (High, Average and Low). With this analysis, only one quarter of the sample was classified as a group of ample understanding and high commitment to the practice. In addition, it was observed that one third of the companies of the sample presented deviations in the understanding of what corporative social responsibility is, confusing philanthropy with the business itself, volunteer actions of employees as their own, fines with investments, among others ambiguous information. The contribution of the present research is relevant as it condenses and demonstrates the (mis)match between the understanding and the practice of corporate social responsibility. Therefore, the research is able to assist in the enrichment of the subject, by establishing an analytical methodology that can be applied and effectively expanded to sustain and reinforce socioenvironmental actions.

Keywords: Corporate Social Responsibility. Balance Sheet. Social Report. Sustainability Report. Standardization. Concept. Commitment. Practice. Ambiguity.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Pirâmide da Responsabilidade Social Corporativa.	18
Figura 2: Aspectos Considerados em Responsabilidade Social Corporativa por Banerjee.	19
Figura 3: Forças Motoras que Incentivam a Aplicação de Estratégias Socioambientais nas Corporações.	23
Figura 4: Agrupamento por Entendimento do Conceito de Responsabilidade Social Corporativa.	45
Figura 5: Desvios Identificados em Relatórios Sociais.	53
Figura 6: Esquema de Atuação em Responsabilidade Social Corporativa.	60
Figura 7: Agrupamento por Grau de Comprometimento em Responsabilidade Social Corporativa.	62
Figura 8: Ilustração das Áreas de Atuação do Grupo <i>Comprometimento Alto</i>	63
Figura 9: Ilustração das Áreas de Atuação do Grupo <i>Comprometimento Médio</i>	64
Figura 10: Ilustração das Áreas de Atuação do Grupo <i>Comprometimento Baixo</i>	65

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Definições de Responsabilidade Social Corporativa.....	17
Quadro 2: Modelo IBASE.	32
Quadro 3: Modelo GRI.....	37
Quadro 4: Percurso Metodológico.....	43
Quadro 5: Fragmentos de Discurso de Empresas com <i>Entendimento Amplo</i> do que é RSC. ..	46
Quadro 6: Relação de Empresas do Grupo <i>Entendimento Amplo</i>	48
Quadro 7: Fragmentos de Discurso de Empresas com <i>Entendimento Restrito</i> do que é RSC.	49
Quadro 8: Relação de Empresas do Grupo <i>Entendimento Restrito</i>	52
Quadro 9: Relação de Empresas do Grupo <i>Entendimento Confuso</i>	56
Quadro 10: Relação de Empresas do Grupo <i>Comprometimento Alto</i>	63
Quadro 11: Relação de Empresas do Grupo <i>Comprometimento Médio</i>	65
Quadro 12: Relação de Empresas do Grupo <i>Comprometimento Baixo</i>	66
Quadro 13: Combinação entre Entendimento e Comprometimento em RSC.....	68
Quadro 14: Resumo da Classificação dos Grupos por Entendimento e Comprometimento....	74
Quadro A: Empresas Seleccionadas da Amostra.	82
Quadro B: Empresas da Amostra Agrupadas por Setor de Atuação.	87

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
1.1	Relevância do Estudo.....	12
2	MARCO TEÓRICO.....	14
2.1	Responsabilidade Social Corporativa: Um Conceito em Evolução.....	14
2.2	Responsabilidade Social: O Processo de Reconhecimento da Prática.....	23
2.3	Responsabilidade Social: Sistematização das Informações Gerenciais.....	28
3	PERCURSO METODOLÓGICO.....	40
3.1	Coleta de Dados	40
3.2	Tratamento de Dados	42
3.3	Limitações do Método	43
4	REVELAÇÃO DE CAMPO.....	45
4.1	Responsabilidade Social Corporativa: O Entendimento das Organizações.....	45
4.2	Responsabilidade Social Corporativa: As Práticas Organizacionais.....	57
5	DISCUSSÃO: ENTENDIMENTO E PRÁTICA À LUZ DA TEORIA	67
6	PARA CONCLUIR.....	73
	REFERÊNCIAS	76
	APÊNDICE A – Empresas Seleccionadas da Amostra.....	82
	APÊNDICE B – Empresas da Amostra Agrupadas por Setor de Atuação	87

1 INTRODUÇÃO

Embora responsabilidade social corporativa (RSC) seja um tema bastante encontrado na literatura, não há consenso sobre o conceito de responsabilidade. Ao mesmo tempo, cada empresa tem a sua forma de entender e de exercer práticas responsáveis, de maneira interdisciplinar e multidimensional. Assim, a pergunta objeto desta pesquisa é: **como empresas listadas na Bolsa de Valores brasileira entendem responsabilidade social corporativa e colocam-na em prática?**

Para Oliveira (2008), o conceito de RSC está sempre em evolução para poder se adaptar às mudanças ocorridas na sociedade e nas empresas. Além disso, por tratar de assuntos amplos, como o mercado de trabalho, meio ambiente, propriedade intelectual, leis internacionais e transparência, associados aos diversos públicos de interesse das corporações, existe uma dinâmica que faz com que a prática da Responsabilidade Social Corporativa (RSC) varie de acordo com o local e o setor de atividade, daí o caráter que dificulta a uniformização do conceito.

Em um país com graves problemas sociais, surgirá possivelmente uma série de ações sociais como parte das ações de RSC. Em um setor de atividades com alto potencial de impacto sobre o meio ambiente, a interpretação de RSC vem com um viés ambiental forte. Assim, o contexto e a maneira como a empresa responde aos *stakeholders* têm um papel importante no direcionamento também das ações de RSC (Oliveira, 2008).

O que se propõe nesta pesquisa é uma avaliação da teoria e das práticas de responsabilidade social de empresas com ações negociadas na Bolsa de Valores brasileira. A partir de análise documental, propõe-se investigar o que elas entendem como responsabilidade social e como têm traduzido esses entendimentos em ações. Será que informações estão sendo passadas de forma clara? É possível, com a leitura dos relatórios anuais, sociais e de sustentabilidade, avaliar a contribuição dessa empresa para seus *stakeholders*?

Como não há uma obrigação ou uma regulamentação por setor ou por atividade, cada empresa espontaneamente acredita estar fazendo a sua contribuição e divulgando da melhor forma seus relatórios anuais, balanços sociais ou relatórios de sustentabilidade. Com a falta de um padrão na divulgação das informações, torna-se difícil criar indicadores que captem o

montante e a qualidade desses investimentos na área, bem como os diferentes impactos que cada medida acarreta para a sociedade e meio ambiente.

Para responder à pergunta objeto desta pesquisa, propôs-se uma análise qualitativa, com base em um estudo exploratório dos dados, de informações e do conteúdo encontrado nos relatórios anuais, relatórios sociais, relatórios de sustentabilidade do período de 2006 a 2011 divulgados pelas organizações. Os documentos são públicos e estão disponíveis nos *sites* das empresas.

O recorte estabelecido para o presente estudo considera como amostra as 100 maiores empresas de capital aberto negociadas na Bolsa de Valores brasileira pelo critério de valor de mercado (número de ações multiplicado pelo valor da ação). Essas empresas juntas respondem por um volume de negócios diários de R\$ 4,5 bilhões e movimentam em torno de 78% do montante negociado na BM&FBovespa diariamente (data-base de 13/12/2012). Da amostra selecionada, 54 empresas fazem parte do Índice Bovespa (com 64 empresas no total) e 32 do Índice de Sustentabilidade (ISE), composto por 37 empresas. No total foram mais de 600 documentos coletados e analisados.

Por meio da análise do conteúdo encontrado nos documentos, foi possível classificar e agrupar as observações em categorias, a fim de entender a amplitude do conceito e o grau de comprometimento dessas empresas em ações de RSC.

Vale acrescentar que, não é objetivo do presente estudo a distinção entre os termos sustentabilidade corporativa e responsabilidade social corporativa (RSC). O termo RSC, nesta pesquisa, considera as dimensões: econômica, legal, ética e voluntária, no qual os aspectos sociais e ambientais estão igualmente enfatizados (Dahlsrud, 2008).

1.1 Relevância do Estudo

Com base em um estudo bibliográfico, percebe-se a existência de diferentes linhas de pensamento sobre RSC e de um dinamismo no campo de estudo, que desperta o interesse de diversos pesquisadores e levanta intensos debates (Oliveira, 2008; Banerjee, 2007).

Embora seja um tema bastante estudado, esta pesquisa propõe uma análise sobre como empresas listadas na Bolsa de Valores brasileira entendem responsabilidade social corporativa e colocam-na em prática. A relevância deste estudo está em associar o entendimento com a prática de Responsabilidade Social Corporativa nas empresas.

O resultado dessa pesquisa traz contribuições: i) para as organizações, visando fomentar uma reavaliação de suas estratégias e efetivas contribuições das práticas de RSC; ii) para a sociedade, por apontar dados empíricos que viabilizam as reflexões dos impactos de políticas de RSC; iii) para o governo, uma vez que o atualiza sobre as práticas, facilita a fiscalização e o acompanhamento do dinamismo do setor, como base para proposta de políticas públicas; e iv) para a academia, preenchendo uma lacuna de falta de estudos empíricos (Alonso-Almeida *et al.*, 2012) e fornecendo subsídios ao enriquecimento do debate do conceito de RSC.

As estratégias de Responsabilidade Social Corporativa, o papel da empresa, a efetividade das ações são temas bastante estudados em gestão de empresas. São encontradas também diversas pesquisas sobre a relação entre ações de RSC e o desempenho da empresa, na tentativa de reafirmar ou não essas atividades, bem como estudos sobre o relacionamento com *stakeholders* e a dificuldade experimentada pela empresa em atender aos diferentes grupos (Moskowitz, 1972; McGuire, Sundgren e Schneeweis, 1988).

Com a crescente relevância do tema RSC, surgem vastas tentativas de se estruturar informações sociais e ambientais, criando modelos e iniciativas voluntárias para normatizar as publicações elaboradas pelas empresas, tais como os modelos propostos pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) e pelo Global Reporting Initiative (GRI). Como não há uma obrigatoriedade no país, nem uma normatização do conteúdo regulado, cada empresa, a partir de critérios próprios, publica seus relatórios e divulga suas práticas. Dessa forma, este estudo traz contribuições para a área na medida em que realiza uma análise à luz da teoria do que é divulgado espontaneamente nesses documentos.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 Responsabilidade Social Corporativa: Um Conceito em Evolução

A ideia de organizações realizarem maiores contribuições para a sociedade vem sendo desenvolvida desde o período da Revolução Industrial, quando se tornava evidente o preço pago pela sociedade para os progressos obtidos na época. Segundo Oliveira (2008), os problemas sociais e ambientais daquela época eram vistos como consequência natural do desenvolvimento, e eram confundidos com crescimento econômico. A poluição causada pela indústria era mostrada como positiva, na medida em que inseria aquela sociedade nos preceitos de sociedade moderna.

Até meados de 1920, predominava o entendimento de que a corporação existia para o benefício de seus acionistas. Diretores corporativos teriam livre arbítrio apenas quanto aos meios de se alcançar esse benefício ao acionista, não podendo usar os lucros para outros fins. Esse conceito foi categorizado quando da decisão da Suprema Corte de Michigan, que se posicionou a favor dos Dodges, no caso *Dodge versus Ford*. Em 1916, Henry Ford decidiu não distribuir parte dos dividendos esperados, revertendo-os para investimentos na capacidade de produção, em aumento de salários e na constituição de um fundo de reserva para eventuais perdas de receitas (Ashley, Coutinho e Tomei, 2000; Stout, 2007).

Segundo Ashley, Coutinho e Tomei (2000), após os efeitos da Crise de 1929, o entendimento de que a corporação deve responder apenas aos seus acionistas começou a ser fortemente rebatido, principalmente por pesquisadores, que começaram a argumentar que os acionistas eram passivos proprietários que abdicavam o controle, e, assim, responsabilizavam a direção da corporação pelas tomadas de decisão. A partir dessa época, diversas decisões em cortes americanas foram favoráveis às ações filantrópicas das corporações.

Um caso julgado em 1953 chamou atenção na época e reativou o debate público sobre responsabilidade social corporativa: o Caso *A. P. Smith Manufacturing Company versus Barlow*. Na decisão, a Suprema Corte de Nova Jersey posicionou-se contrária aos interesses de um grupo de acionistas e favorável à doação de recursos da empresa para a Universidade

de Princeton. A partir desse caso, a justiça americana estabeleceu modificações na legislação para atender a filantropia corporativa (Campbell, Gulas e Gruca, 1999; Himmelstein, 1997).

Em meados de 1950, surgiram alguns trabalhos questionando as funções puramente econômicas da empresa na sociedade, como a maximização de lucros e a remuneração dos acionistas (Oliveira, 2008). Estas correntes de pensamento, que expressavam a contribuição das empresas na solução de problemas sociais complexos e a expectativa de que resultados econômicos de interesses sociais devem considerar o impacto social da atividade empresarial, ficaram bem representadas por Abrams (1951), Frederick (1960), Andrews (1971) e Galbraith (1973).

Na corrente contrária estariam trabalhos de destaque de Levitt (1958), Johnson (1958) e Friedman (1962). Levitt (1958: 42) se referia à RSC como uma “nova tirania da moda e fantasia” que poderia prejudicar os interesses comerciais. Johnson (1958: 72), por sua vez, descreveu dois cenários hipotéticos. No primeiro, a responsabilidade social seria um instrumento utilizado para homens poderosos entrarem em novas áreas (*nonbusiness areas*) a fim de aumentar seu poder e seu campo de influência na sociedade. No segundo, as corporações financiariam instituições de caridade e de ensino para tentarem comprar a boa vontade da comunidade. Friedman (1962), considerado o trabalho mais marcante, polemizou novamente o papel da empresa na sociedade e em práticas de responsabilidade social nas organizações.

Em linhas gerais, para Friedman (1962), a aplicação de recursos das organizações em projetos que não sejam voltados para geração de lucro para os acionistas seria prejudicial à sociedade, na medida em que a redução dos lucros provocaria menos reinvestimentos, e, por consequência, redução na geração de empregos, na possibilidade de aumento de salários e no montante pago em impostos, que seriam revertidos em benefício da própria sociedade. Para ele, os donos das organizações é que deveriam decidir como usar o dinheiro e não os gestores, configurando-se assim a Teoria do Agente, no qual gestores que usam recursos corporativos para o bem social estariam fazendo isso somente para avançarem em suas agendas pessoais e promoverem as suas próprias imagens. Além disso, empresas poderiam estar sendo ineficientes na utilização dos recursos para a sociedade, visto que não seriam especializadas em gestão social, ou não teriam competência técnica para tanto.

Para Oliveira (2008), foi Friedman quem acendeu, ou até mesmo começou o debate moderno sobre responsabilidade social nas empresas, visto que a genialidade e a persuasão de seus argumentos demandaram muito esforço por parte de acadêmicos e ativistas para mostrar que ele poderia não ter razão. Com isso o campo teórico de responsabilidade social corporativa avançou bastante nas últimas décadas na tentativa de rebater os argumentos de Friedman.

Embora avanços tenham sido percebidos, até hoje, não existe uma definição consensual do que seja responsabilidade social corporativa. Segundo Oliveira (2008), o conceito de RSC está sempre em evolução para poder se adaptar às mudanças ocorridas na sociedade e nas empresas. Trata-se de uma construção social e política em busca de empresas com atuações mais responsáveis diante dos desafios éticos, sociais, econômicos e ambientais da sociedade.

Um dos conceitos mais citados na literatura de RSC é o proposto por Carroll (1979), para quem “A responsabilidade social de uma empresa engloba as expectativas econômicas, legais, éticas e filantrópicas que uma sociedade tem das organizações em um determinado momento”. Note-se que essa definição de Carroll (1979) apresenta a Responsabilidade Social Corporativa com caráter de regionalidade, quando menciona “que uma sociedade tem”, e de temporalidade, quando coloca a expressão “em determinado momento”.

Essa percepção também é registrada por McWilliams, Siegel e Wright (2006), que em sua pesquisa sobre a extensa literatura de RSC encontrou um foco nacional, em trabalhos publicados nos EUA, e um regional, em trabalhos Europeus. Na mesma linha, segundo Oliveira (2008), a definição, a interpretação e as ações de RSC variam de acordo com o local e o setor de atividades, assim como ao longo do tempo, daí o caráter que dificultaria uma uniformização do conceito.

O Quadro 1, a seguir, apresenta as definições de RSC mais citadas:

AUTOR	DEFINIÇÕES
Frederick; 1960: 60	(Responsabilidade social) significa que homens de negócio devem supervisionar a operação de um sistema econômico cheio de expectativas do público. [...] Responsabilidade social, em última análise, implica uma postura pública em relação aos recursos econômicos e humanos da sociedade e em uma vontade de ver que esses recursos são usados para grandes fins sociais e não apenas para as circunstâncias de interesses estreitos privados e das empresas.
Friedman, 1962: 120	Em tal economia, há uma e só uma responsabilidade social do capital - usar seus recursos e dedicar-se a atividades destinadas a aumentar seus lucros até onde permaneça dentro das regras do jogo, o que significa participar de uma competição livre e aberta, sem enganos ou fraude. De modo semelhante, "a responsabilidade social" dos líderes do trabalho é a de servir aos interesses dos membros de seus sindicatos.
Davis, 1973: 312	É a consideração e resposta da empresa para questões que ultrapassam exigências econômicas, técnicas e legais de realização de benefício social juntamente com os ganhos tradicionais econômicos que a empresa busca.
Carroll, 1979: 500	A responsabilidade social de uma empresa engloba as expectativas econômicas, legais, éticas e filantrópicas que uma sociedade tem das organizações em um determinado momento.
McWilliams and Siegel, 2001: 117	Ações que surgem para promover algum bem social para além dos interesses da empresa e daquelas exigidas por lei.
Comissão das Comunidades Europeias, 2001: 4	A responsabilidade social das empresas é, essencialmente, um conceito segundo o qual as empresas decidem, numa base voluntária, contribuir para uma sociedade mais justa e para um ambiente mais limpo.
Whetten, Rands e Godfrey, 2002: 374	Expectativas sociais de comportamento corporativo: um comportamento que é alegado por uma das partes interessadas a ser esperado pela sociedade ou moralmente necessário e, portanto, justificadamente demandado por um negócio.
World Business Council; 2002: 2	Responsabilidade Social Corporativa é o compromisso contínuo por parte das empresas para contribuir com o desenvolvimento econômico enquanto melhora a qualidade de vida dos trabalhadores e seus familiares, bem como a comunidade e a sociedade em geral.
Kotler e Lee, 2005: 3	Um compromisso para melhorar o bem-estar da comunidade passa por práticas discricionárias de negócios e contribuição de recursos corporativos.
Oliveira, 2005: 3	A responsabilidade social diz respeito à maneira como as empresas agem, como impactam e como se relacionam com o meio ambiente e suas partes legitimamente interessadas (os chamados 'stakeholders').
Oliveira, 2008: 66	A Responsabilidade social das empresas envolve atitudes, ações e relações com um grupo maior de partes interessadas (<i>stakeholders</i>) como consumidores, fornecedores, sindicatos e governo.
Global Reporting Initiative; 2012: 10	Muitas organizações percebem que, embora as agências reguladoras concedam às empresas licenças de operação, elas precisam ainda obter ou manter uma espécie de "licença social de operação" da sociedade. Por conseguinte, a capacidade de uma organização para falar de aspectos econômicos, ambientais e sociais de suas operações de um modo confiável e coerente tem um valor muito alto hoje em dia.
Instituto Ethos	Responsabilidade social empresarial é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais que impulsionem o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Quadro 1: Definições de Responsabilidade Social Corporativa.

Ainda na tentativa de delimitar as fronteiras de RSC, Carroll (1991) propôs uma pirâmide com quatro níveis para se definir RSC: o primeiro seria a responsabilidade econômica, considerada a base que garantiria a sobrevivência da empresa; o segundo, a responsabilidade legal, com o devido cumprimento da legislação estabelecida para o funcionamento daquela organização; o terceiro nível, a responsabilidade ética, que seria o seguimento de princípios éticos e morais esperados da organização pela sociedade; e o quarto nível, a responsabilidade filantrópica ou discricionária, cuja aplicação seria, por exemplo, em ações filantrópicas não relacionadas ao desempenho comercial da empresa.

A **Figura 1**, a seguir, foi extraída de Carroll (1991: 42), com tradução livre para o português:

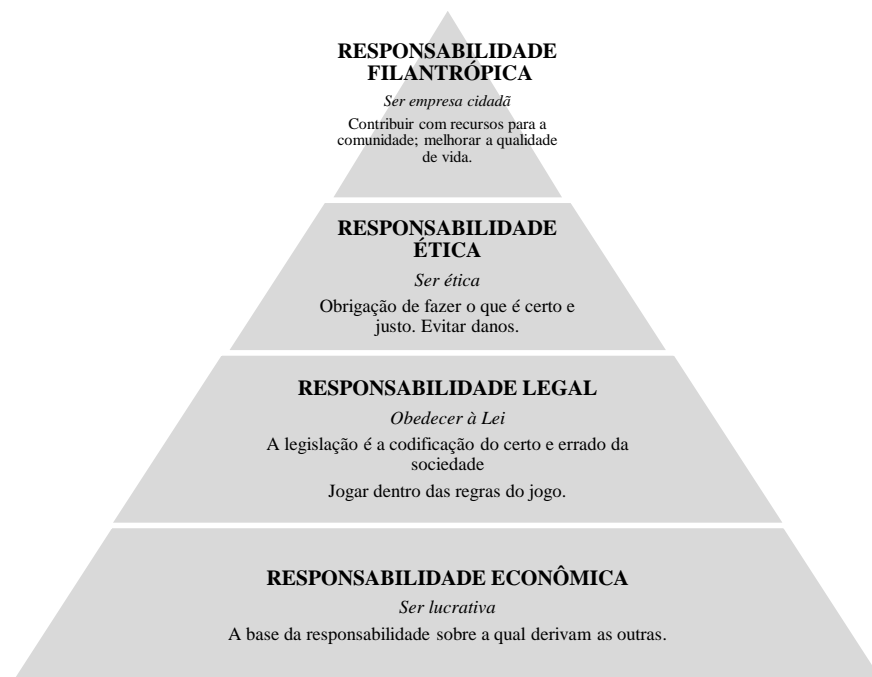


Figura 1: Pirâmide da Responsabilidade Social Corporativa.
Fonte: Carroll (1991: 42).

Para Carroll (1991), o conceito de RSC inclui a ideia de que a corporação não tem apenas obrigações econômicas e legais, mas responsabilidades éticas e discricionárias inclusive. Ele defende que, para a responsabilidade social corporativa ser aceita como legítima, ela tem que abranger todo o espectro de obrigações do negócio com a sociedade, incluindo a mais fundamental que seria no caso a econômica.

Mesmo Friedman (1970: 122), um dos maiores opositores às propostas de RSC, segundo Carroll (1991), teria reconhecido as bases econômica, legal e ética em seu discurso quando destaca que executivos conduzem “o negócio de acordo com seus desejos, que são geralmente de ganhar dinheiro, tanto quanto possível, em conformidade com as regras básicas da sociedade, aquelas previstas em lei e os consagrados éticos”, deixando apenas o componente da filantropia para rebater.

O entendimento do campo de RSC, embora imbuído de certo grau de abrangência, merece atenção quanto a sua interpretação. Segundo Oliveira (2008), é razoável pensar que uma empresa socialmente responsável é aquela que vai além do que se pede na legislação, mas defende que não há razão para não considerar responsável aquela empresa que cumpre rigorosamente sua legislação, na medida em que ela estaria cumprindo as suas obrigações. Entretanto, ressalta que o reverso é verdadeiro, ou seja, uma empresa que não cumpre com a legislação não pode ser considerada socialmente responsável. Uma organização poderia fazer ações sociais e ao mesmo tempo infringir a legislação ambiental.

Em contraponto, Wood (1991) defende que há um erro de interpretação quando considerada uma relação binária no campo de responsabilidade social, ou seja, se determinada empresa faz direito, ela é considerada responsável, mas se deixa de cumprir com algo, ela é irresponsável. Para ele, as empresas responsáveis podem ter uma *performance* social avaliada negativamente. Segundo Wood (1991) é necessário um compromisso da empresa, que ultrapassa ações pontuais, para que ela seja considerada responsável.

Banerjee (2007), nesta linha, apresenta quatro aspectos para que uma empresa tenha suas práticas reconhecidas em Responsabilidade Social Corporativa, conforme sintetizados na **Figura 2** a seguir e explicados adiante:

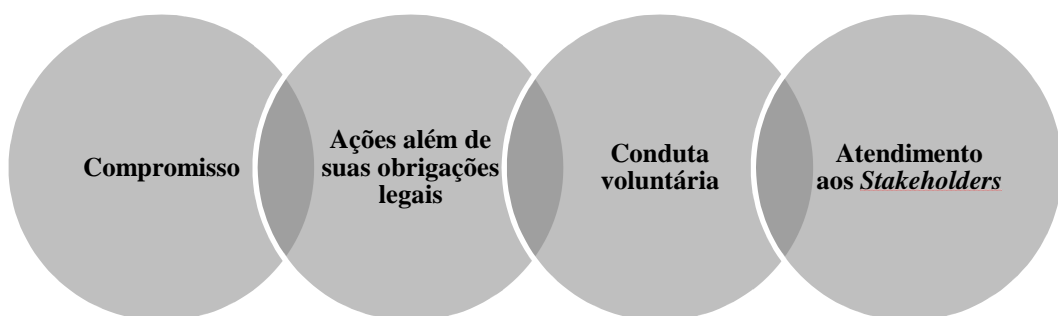


Figura 2: Aspectos Considerados em Responsabilidade Social Corporativa por Banerjee.

O primeiro aspecto tem como base a visão de Wood (1991), afirmando que RSC implica algum tipo de compromisso, por meio de políticas sociais e de ação. As atividades de RSC devem ter reflexos positivos no desempenho social de uma empresa, pois qualquer empresa pode ser avaliada pela forma como gerencia suas relações sociais, seu impacto social e os resultados das suas políticas.

O segundo é que RSC deveria ir além da lei e exceder as suas obrigações mínimas. Assim, uma empresa que atenda os requisitos ambientais legais em termos de suas emissões não é necessariamente uma empresa socialmente responsável por cumprir apenas a lei. Se, no entanto, ela contribui com a promoção do bem-estar da comunidade ou com medidas que visem reduzir emissões de gases de efeito estufa para além da exigência legal, essas ações então poderiam ser consideradas socialmente responsáveis.

O terceiro aspecto defendido é que as atividades de RSC são discricionárias, sendo que as empresas devem fazê-las por meio de códigos de conduta voluntários.

O último aspecto é que as ações devem levar em consideração os *stakeholders* (partes interessadas) que representam os interesses da sociedade nas exigências do comportamento de determinada organização.

No entanto, para que o conceito fique bem delimitado, é importante ainda diferenciar RSC de cidadania empresarial e de filantropia. A cidadania empresarial – segundo Ashley, Coutinho e Tomei (2000) – vem se destacando como um tópico voltado à gestão das relações da empresa com dois grupos de *stakeholders*: os empregados e a comunidade em que a empresa está inserida. A filantropia, por sua vez, se traduz em projetos e ações sociais, tais como doações, que beneficiam alguns grupos, como comunidades, famílias de empregados, escolas, organizações não governamentais, que não estão ligadas diretamente ao negócio da empresa, mas muitas vezes retratam valores compartilhados entre empresas, gestores e donos. Essas ações filantrópicas são uma importante fonte de recursos para causas culturais, esportivas, educacionais que implicam ações diretas para a sociedade (Oliveira, 2008).

De forma a enriquecer o debate, para Carroll (1991), RSC inclui contribuições filantrópicas, mas não é limitada a essas. Ele acrescenta ainda que a filantropia é altamente desejada e valorizada, mas na verdade seria a de menos importância frente às outras três

categorias de RSC propostas em sua pirâmide (**Figura 1**): econômica, legal e ética. A responsabilidade filantrópica seria a “cereja do bolo” (Carroll, 1991: 42).

Ainda, especificamente quanto a ações filantrópicas, a maneira como a empresa lida com elas pode ser diferenciada. Neste sentido, Oliveira (2008) identificou três formas: ações sociais desvinculadas da gestão direta da empresa, criando-se para tanto fundações; ações sociais aderentes aos princípios da gestão empresarial, constituindo-se assim o empreendedorismo social; e ações sociais vinculadas à estratégia da empresa, escolhendo e implementando uma estratégia de ação social de maneira que seus negócios sejam beneficiados no curto e no longo prazo.

Oliveira (2008) traz ainda uma crítica para situações em que há um entendimento incompleto da atuação filantrópica. Ele defende que apesar de a ação social ser importante em alguns casos, principalmente em países com grandes demandas sociais, deve-se ter atenção para que ela não seja o único parâmetro para avaliar a responsabilidade social, pois há muitas empresas que focam sua atuação de RSC em ações sociais, colocando-se com uma imagem de socialmente responsáveis, enquanto podem, por exemplo, enganar consumidores e ter trabalhadores informais, deixando dessa forma a desejar no que se refere à dimensão de RSC mais completa.

A responsabilidade social das empresas se diferencia da filantropia e da cidadania empresarial por envolver atitudes, ações e relações com um grupo maior de partes interessadas. O desempenho social corporativo abarca questões morais, gerenciais e sociológicas, enquanto que a cidadania empresarial e a filantropia atuam em um nível restrito das atividades desenvolvidas pela organização para atender demandas sociais específicas (Maignan, Ferrel e Hult, 1999).

A política de responsabilidade social surge em organizações para orientar a tomada de decisão: i) em áreas com problemas recorrentes, de modo que o esforço não precise ser desperdiçado em reflexão e análise de assuntos de rotina; e ii) em áreas de grande interesse ou importância para a organização, de modo que ameaças e oportunidades nestas áreas podem ser evidenciadas de maneira mais eficiente. Idealmente, uma política de RSC abrangente, totalmente institucionalizada e operacional, seria o resultado final lógico de comportamento

corporativo motivado por princípios de responsabilidade e processos socialmente sensíveis (Wood, 1991).

Ao mesmo tempo, Georgeta (2008) acrescenta que a responsabilidade social corporativa não pode ser dissociada de questões mais amplas de política pública. RSC atinge assuntos diversos como o mercado de trabalho, direito ambiental, leis de propriedade intelectual, comércio internacional e até mesmo política externa. Os governos devem decidir quando as empresas devem ser incentivadas a resolver problemas sociais e quando a legislação é necessária.

O conceito de responsabilidade social corporativa deve ser considerado interdisciplinar e multidimensional. Esse está associado aos diferentes públicos da empresa e requer a sua incorporação na orientação estratégica da empresa, que deve refletir em desafios éticos para as dimensões econômica, ambiental e social dos negócios (Ashley, Coutinho e Tomei, 2000).

Neste levantamento, depreende-se dos conceitos propostos por Carroll (1979), Wood (1991) e Banerjee (2007) que, devido a sua complexidade, a avaliação da RSC não deve ser pontual ou binária, ela deve ponderar graus de engajamento com a causa e níveis de maturidade e compromissos com as atividades. Percebe-se, também, as tentativas de se delinear o campo de atuação de uma empresa em RSC, com constantes contribuições de pesquisadores e que acabam por despertar o interesse de diferentes públicos.

Assim, com base no estudo bibliográfico, para efeito dessa pesquisa, será adotado um conceito de responsabilidade social corporativa que leve em consideração os fundamentos apresentados por Carroll (1991) e por Banerjee (2007), que se dispõem de forma complementares, ou seja, RSC parte das bases econômicas, legais, éticas e filantrópicas (por Carroll, 1991), mas ao mesmo tempo tem como preceitos compromisso, ações além de suas obrigações legais, conduta voluntária e atendimento aos *stakeholders* (por Banerjee, 2007).

Com o conceito bastante debatido na academia, as práticas de Responsabilidade Social Corporativa também passaram por um processo de reconhecimento, o qual é debatido na seção seguinte.

2.2 Responsabilidade Social: O Processo de Reconhecimento da Prática

O assunto de responsabilidade social passou a fazer parte da agenda das organizações desde o final da década de 60, impulsionado principalmente pelo surgimento de instrumentos jurídicos específicos e regulação (Banerjee, 2007). Os primeiros estudos que correlacionavam RSC à legitimidade, à reputação e ao desempenho financeiro nas empresas também surgiram na mesma década, com uma intensificação na década de 70 (Orlitzky, Schmidt e Rynes, 2003). Os anos 80 foram marcados por um hiato, sendo esse tema retomado em meados da década de 90, quando a área de responsabilidade social passou a ser associada à possibilidade de se obter vantagem competitiva de longo prazo, na qual a organização busca o equilíbrio entre lucratividade e sustentabilidade e surgem assim as primeiras noções de desenvolvimento sustentável (Banerjee, 2007).

Para Banerjee (1999) são cinco forças motoras que incentivam a aplicação de estratégias socioambientais nas corporações, conforme apresentadas na figura a seguir:

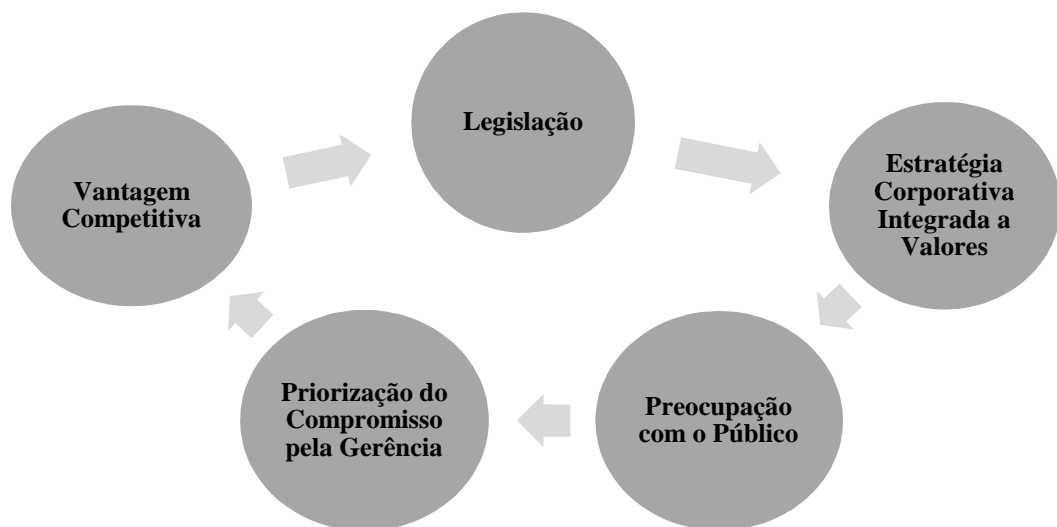


Figura 3: Forças Motoras que Incentivam a Aplicação de Estratégias Socioambientais nas Corporações.

A primeira é a legislação, pois restrições legais levam as organizações a um maior grau de comprometimento em ações na área de responsabilidade corporativa. A segunda é a própria estratégia corporativa, quando Responsabilidade Social Corporativa está integrada a valores e faz parte da estratégia da alta direção. A terceira força é a preocupação com o público, quando tomadores de decisão nas organizações percebem clientes conscientes. A

quarta é a priorização desse compromisso pela gerência. E, por fim, a quinta força motora é a vantagem competitiva, quando a organização experimenta redução de custos em função de iniciativas responsáveis. Segundo Banerjee, as empresas submetidas a essas influências atingem elevado grau de compromisso e elevados níveis de investimentos nesta atividade.

Jones (1996) apresenta em seu trabalho o discurso da responsabilidade social corporativa e faz um apanhado de argumentos a favor de RSC, concluindo que eles se enquadram em duas linhas básicas, as quais ele classifica como linhas ética e instrumental. Os argumentos éticos têm origem em princípios religiosos e em normas sociais prevalecentes, considerando que empresas e pessoas deveriam ser conduzidas a se comportar de maneira socialmente responsável, por ser tratar de uma ação moralmente correta, mesmo que envolva despesas improdutivas para a empresa. Os argumentos na linha instrumental consideram que há uma relação positiva entre o comportamento socialmente responsável e a *performance* econômica da empresa. Esta relação seria justificada por uma ação proativa da empresa que busca oportunidades geradas; por uma consciência maior sobre as questões culturais, ambientais e de gênero; por uma antecipação a regulações restritivas à ação empresarial pelo governo; e uma diferenciação de seus produtos diante de seus competidores não engajados.

Para Oliveira (2008), a prática de responsabilidade social varia de acordo com o local e o setor de atividades, assim como ao longo do tempo. Em um país cujos problemas sociais sejam graves, surgirá possivelmente uma série de ações sociais como parte das ações de RSC. Em um setor de atividades com alto potencial de impacto sobre o meio ambiente, a interpretação de RSC virá com um viés ambiental forte. Assim, o contexto e a maneira como a empresa responde aos *stakeholders* têm um papel importante no direcionamento das ações de RSC.

Quanto à realidade brasileira, para Trevisan (2002), a preocupação dos empresários em contribuir para o bem-estar da sociedade ainda é relativamente pequena no País. No entanto, ele observa uma tendência de as empresas no País arcarem com responsabilidades em relação a seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas, na comunidade onde atuam e frente ao meio ambiente.

Banerjee (2007) coloca que, atualmente, as ideias mais recentes são de unir estratégias corporativas com objetivos sociais. Embora não haja um acordo universal sobre quais

assuntos sociais um negócio deva atuar e de que forma, entende-se que uma companhia é responsável pelas entregas relacionadas à área de envolvimento na sociedade. Os projetos em RSC geralmente estão ligados aos objetivos de negócio da empresa e às suas áreas de atuação.

A avaliação da responsabilidade socioambiental das empresas é importante para que tomadores de decisão e demais partes interessadas permaneçam informados quanto à postura mantida pelas organizações de seus interesses diante de questões sociais e ambientais (Oliveira, 2005).

Neste sentido, muito se tem estudado sobre a relação entre práticas de responsabilidade socioambiental e desempenho financeiro das empresas. Segundo Ullmann (1985), os primeiros estudos que relacionavam práticas de responsabilidade social e desempenho empresarial foram publicados no início da década de 70, como é o caso do estudo de Moskowitz (1972). Na interpretação de alguns autores, haveria uma competição interna nas organizações pelo mesmo recurso. Ou seja, como a geração de recursos vem da mesma fonte em uma mesma organização, investimentos em ações socioambientais pressupõem não investimentos em produção, traduzindo-se em ações excludentes, em que a empresa decidiria entre investir em crescimento e melhorias de desempenho ou em uma política de responsabilidade socioambiental (McGuire, Sundgren e Schneeweis, 1988).

No entanto, investidores são propensos a ver ações sociais e ambientais como qualidade de uma empresa, tendo efeitos positivos sobre a sua imagem e sobre a reputação (Alexander e Bucholtz, 1978). Empresas com pouca preocupação socioambiental tendem a maximizar seu lucro para compensar o alto risco de suas operações, do contrário apresentariam, em função disso, mais exposição a riscos, exigindo mais retornos sobre ativos (McGuire, Sundgren e Schneeweis, 1988).

Em uma corrente oposta, Friedman (1962) discute a Responsabilidade Social Corporativa (RSC) como um contrassenso na medida em que a gestão de uma empresa tem como principal objetivo ser “guardião” dos recursos do acionista. Portanto, existiria uma inconsistência na desapropriação de recursos do acionista para atividades de RSC, em detrimento da aplicação desses recursos em atividades que possam gerar mais valor para seu dono. Segundo Friedman:

“Há poucas coisas capazes de minar tão profundamente as bases de nossa sociedade livre do que a aceitação por parte dos dirigentes das empresas de uma responsabilidade social que não a de fazer tanto dinheiro quanto possível para seus acionistas.” (Friedman, 1962: 121)

No entanto, a visão do *stakeholder* vem se destacando frente à visão tradicional de maximização de valor para o acionista, de forma a demandar, cada vez mais, que a conduta a ser adotada pelas organizações leve em consideração os impactos socioeconômicos e ambientais de suas ações e atividades, sob pena de ser questionada, de ter a sua imagem denegrida e de ter sua sustentabilidade comprometida (Banerjee, 2007). Com a perspectiva do *stakeholder*, as exigências das organizações vão além dos acionistas e controladores, pois envolvem outros atores (Cornell e Shapiro, 1987).

De forma a complementar a importância do papel dos *stakeholders* neste processo de reconhecimento das práticas de Responsabilidade Social Corporativa, para Carroll (1991) existe uma combinação entre as ideias de RSC e as de *stakeholders*. A palavra “social” em RSC era tida como vaga e sem direção específica no que se referia por quem a empresa seria responsável, sendo que o conceito de *stakeholders* trouxe uma personalização desses grupos para os quais as ações devem ser, a partir de então, orientadas.

Especificamente quanto a esses atores, existem diversos conceitos diferentes do que seriam os *stakeholders*, seu papel e influências na organização. Uma das definições mais comumente aceitas é a noção de Freeman (1984) de que *stakeholders* são grupos ou indivíduos que são afetados pelos objetivos das organizações. Freeman e Evan (1990) argumentam que gerentes administram contratos não somente com acionistas, mas também com empregados, fornecedores, clientes, comunidade e outras partes interessadas, sendo que cada parte possui um tipo de especificidade.

Para Freeman e McVea (2001), a maior contribuição da literatura de Responsabilidade Social Corporativa foi ampliar o escopo e o conceito de partes interessadas e imprimir na gestão das organizações a importância de se construir relacionamentos com grupos, a princípio, estranhos à empresa.

Para Waddock (2008), os atores envolvidos nas organizações e as diferentes pressões do mercado, de órgãos reguladores, de consumidores, e da sociedade em geral obrigam as

organizações a um comportamento mais responsável. Esses atores têm poder para fazer com que o mercado fique cada vez mais autorregulado e as empresas vigiadas.

Alinhada à visão do *stakeholder*, está a de maximizar o valor total da firma. A teoria defendida por Jensen (1988) estabelece que a função da gestão é maximizar lucros baseando-se na premissa de que ao se maximizar o valor total da firma haverá desenvolvimentos e ganhos para a sociedade.

Segundo McGuire, Sundgren e Schneeweis (1988) é possível evidenciar neste sentido três correntes teóricas sobre o assunto. A primeira corrente é de que empresas com comportamento responsável incorrem em custos advindos de atividades socioambientais, colocando-as em uma posição de desvantagem frente a outras empresas com propostas diferentes. Nesta linha, preocupações com causas socioambientais podem limitar o cumprimento de metas estratégicas e interferir no foco da empresa (Ullmann, 1985).

A segunda corrente é a de que os investimentos com ações voltadas para atividades adicionais socioambientais não precisam ser representativos para que a empresa seja beneficiada em função de uma motivação dos funcionários e em função de mais facilidade na captação de recursos (Moskowitz, 1972; Parket e Eilbirt, 1975). Nesta perspectiva, haveria uma associação positiva por parte dos funcionários, investidores e clientes relativa a empresas com comportamentos socioambientais responsáveis e um reconhecimento da sociedade para a gestão que se preocupa com os impactos de sua atividade e ações.

A terceira corrente é de que os investimentos em ações sociais responsáveis, mesmo significativos, seriam primordiais para a redução de outros possíveis custos e riscos associados a atividades empresariais, principalmente para aquelas companhias com atividades exploratórias e de impacto ambiental (Cornell e Shapiro, 1987). Segundo os autores, o valor das empresas não depende somente de custos explícitos, mas também de reivindicações implícitas, que afetam a percepção de risco da empresa.

Para Pfeffer e Salancik (2003), especificamente quanto a investimentos em RSC, a crítica é que as organizações sofrem pressão para que adotem uma postura mais responsável, mas na realidade a resposta a esta pressão seria dada com poucas ações efetivas e muitas

estratégias de *marketing*, que seriam adotadas para incutir a crença de que a organização está cumprindo o seu papel de empresa cidadã, quando na verdade pouco se fez de fato.

Segundo Christensen e Moring (2010), o fato de a empresa ter que atender a diversos públicos de interesse, fazendo com que as atividades de RSC coexistam com outras dentro das empresas, geraria uma polifonia, visto que são muitas variáveis envolvidas nas tomadas de decisão, algumas obrigatórias outras voluntárias. Para os autores, o engajamento em projetos de RSC tem recebido crescentes denúncias por serem meramente comunicações (discurso, peça de *marketing* ou algo assim). O comportamento ético esperado nos negócios estaria no fato de as empresas implementarem ações, pois estas “falam mais do que palavras”.

Assim, as discussões realizadas por estudiosos e pesquisas sobre as implicações das ações de RSC no desempenho da empresa têm enriquecido e contribuído para avanços na área. Sobretudo, a inclusão da figura do *stakeholder* trouxe para a temática não só uma personalização dos grupos pelos quais a empresa é responsável, segundo Carroll (1991), mas principalmente a noção de que ela é parte de um todo e que, portanto, suas ações podem surtir efeitos positivos ou negativos para o desenvolvimento da sociedade e do meio ambiente.

Esta linha de pensamento está no capítulo seguinte no qual se discute o processo de padronização da divulgação de relatórios sociais e de sustentabilidade, a adoção de modelos e as tentativas para se estabelecer, principalmente, transparência, confiança e comparabilidade nas informações publicadas.

2.3 Responsabilidade Social: Sistematização das Informações Gerenciais

A partir dos anos 60 nos Estados Unidos e no início da década de 70 na Europa – particularmente na França, Alemanha e Inglaterra –, a sociedade intensificou a cobrança por um comportamento mais responsável por parte das organizações. Especialistas atribuem essa manifestação a ativistas contrários à guerra do Vietnã (1962 a 1975) que deram início a um movimento de boicote à aquisição de produtos e ações de algumas empresas ligadas ao conflito (Davis, 1973; Wempe, 2009 e IBASE, 2010). Nesta época foi levantada a necessidade de divulgação dos chamados balanços ou relatórios sociais.

Em 1971, a companhia alemã *Steag* foi a primeira organização a produzir um relatório que descrevia as suas atividades sociais. No entanto, a França foi pioneira na regulação dos balanços sociais, sendo, desde 1977, obrigatória a publicação desses balanços periódicos para todas as empresas com mais de 700 funcionários, número que posteriormente baixou para 300 (Trevisan, 2002).

No Brasil, segundo Trevisan (2002), a influência desta mudança nas relações empresariais foi registrada pela primeira vez por meio da “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”, publicada em 1965, pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE Brasil), na qual há uma relação de princípios a serem seguidos por dirigentes e por empresas com o objetivo de nortear a conduta e as ações empresariais. Porém, o primeiro balanço social no país foi divulgado anos depois, em 1984, pela Nitrofértil Fertilizantes Nitrogenados S/A, empresa de fertilizantes do Estado da Bahia (absorvida pela Petrobras em 1993). No ano seguinte, o Sistema Telebrás acompanhou a novidade e publicou seu balanço social.

O balanço social no Brasil ganhou mais adesão quando da iniciativa, em 1997, do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE), fundado em 1981, à época liderado pelo sociólogo Herbert de Souza (Betinho). O IBASE lançou, em junho de 1997, uma campanha pela divulgação voluntária do balanço social na qual buscava conscientizar organizações e sociedade da importância e da necessidade de padronização das informações contidas no balanço social de empresas, com a proposta de um modelo único e simples. O IBASE propôs assim um modelo básico a ser adotado e passou a entregar o “Selo Balanço Social Ibase/Betinho” para aquelas organizações em conformidade. O selo foi distribuído de 1997 a 2008, quando o Instituto suspendeu a entrega.

Ao final da década de 90, juntamente com o movimento do IBASE em busca por um modelo único de balanço social, outros padrões surgiram no país. Um deles foi o do Instituto Ethos, com a iniciativa de promover o “Prêmio Balanço Social” cujo objetivo era estimular a transparência das atuações e práticas empresariais (Guimarães, 2008). Até hoje o Instituto Ethos está atuante no país, com sua missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar organizações a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável.

Um dos modelos mais adotados atualmente é o sugerido pelo Global Reporting Initiative (GRI). O GRI é uma organização não governamental internacional, com sede na Holanda, cuja missão é desenvolver diretrizes para elaboração de relatórios de sustentabilidade. O Instituto GRI declara que o relatório de sustentabilidade é a prática de medir e divulgar, por meio de um documento, os impactos socioambientais causados pelas atividades cotidianas de uma organização (uma empresa, uma ONG ou uma instituição governamental). O processo de relato é voluntário, e as organizações podem elaborar o seu próprio modelo de relatório de sustentabilidade ou optar por algum já conhecido e utilizado, fazendo ao longo do relatório referência a uma estrutura de índice remissivo criado pelo GRI. Sua iniciativa começou em 1999, mas foi em 2000 que foi publicada a primeira versão do modelo.

A diferença entre o modelo IBASE e o GRI, basicamente, é que o IBASE tem uma proposta mais parecida com a estrutura de divulgação de informações contábeis, enquanto o GRI propõe uma estruturação mais livre, por meio de diversos dados e conteúdos indicados em um índice remissivo, na qual cada empresa publica da melhor forma as informações desde que faça referência ao seu índice.

O Modelo IBASE é composto por 43 indicadores quantitativos e oito qualitativos, organizados em sete categorias (Torres e Mansur, 2008), conforme o **Quadro 2**:

1 - Base de Cálculo		2011 Valor (R\$ mil)			2010 Valor (R\$ mil)		
Receita líquida (RL)							
Resultado operacional (RO)							
Folha de pagamento bruta (FPB)							
2 - Indicadores Sociais Internos	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL	
Alimentação							
Encargos sociais compulsórios							
Previdência privada							
Saúde							
Segurança e saúde no trabalho							
Educação							
Cultura							
Capacitação e desenvolvimento profissional							
Creches ou auxílio-creche							
Participação nos lucros ou resultados							
Outros							
Total - Indicadores sociais internos							

3 - Indicadores Sociais Externos	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Educação						
Cultura						
Saúde e saneamento						
Esporte						
Combate à fome e segurança alimentar						
Outros						
Total das contribuições para a sociedade						
Tributos (excluídos encargos sociais)						
Total - Indicadores sociais externos						
4 - Indicadores Ambientais	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% 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	() não possui metas () cumpre de 51 a 75% () cumpre de 0 a 50% () cumpre de 76% a 100%		() não possui metas () cumpre de 51 a 75% () cumpre de 0 a 50% () cumpre de 76% a 100%			
5 - Indicadores do Corpo Funcional	2011			2010		
Nº de empregados ao final do período						
Nº de admissões durante o período						
Nº de empregados terceirizados						
Nº de estagiários						
Nº de empregados acima de 45 anos						
Nº de mulheres que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por mulheres						
Nº de negros que trabalham na empresa						
% de cargos de chefia ocupados por negros						
Nº de pessoas com deficiência ou necessidades especiais						
6 - Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2011 Valor (R\$ mil)			Metas 2012		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa						
Número total de acidentes de trabalho						
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	() direção	() direção e gerências	() todos empregados	() direção	() direção e gerências	() todos empregados
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	() direção e gerências	() todos empregados	() todos + CIPA	() direção e gerências	() todos empregados	() todos + CIPA
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos trabalhadores, a empresa:	() não se envolve	() segue as normas da OIT	() incentiva e segue a OIT	() não se envolve	() segue as normas da OIT	() incentiva e segue a OIT
A previdência privada contempla:	() direção	() direção e gerências	() todos empregados	() direção	() direção e gerências	() todos empregados
A participação dos lucros ou resultados contempla:	() direção	() direção e gerências	() todos empregados	() direção	() direção e gerências	() todos empregados
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	() não são considerados	() são sugeridos	() são exigidos	() não são considerados	() são sugeridos	() são exigidos
Quanto à participação de empregados em programas de trabalho voluntário, a empresa:	() não se envolve	() apoia	() organiza e incentiva	() não se envolve	() apoia	() organiza e incentiva
Número total de reclamações e críticas de consumidores:	na empresa	no Procon	na Justiça	na empresa	no Procon	na Justiça

% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	na empresa	no Procon	na Justiça	na empresa	no Procon	na Justiça
Valor adicionado total a distribuir (em R\$ mil):	Em 2011:			Em 2010:		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	___% governo; ___% colaboradores; ___% acionista; ___% terceiros; ___% retido			___% governo; ___% colaboradores; ___% acionista; ___% terceiros; ___% retido		
7 - Outras Informações						

Quadro 2: Modelo IBASE.

Nota: Normas da OIT são as normas da Organização Internacional do Trabalho.

Segundo publicação do IBASE, elaborada por Torres e Mansur (2008), a primeira categoria (Base de cálculo) contém informações que são utilizadas como referências de cálculo do percentual para outras contas, a fim de permitir a comparação entre empresas e setores ao longo dos anos.

Na segunda categoria (Indicadores sociais internos) são apresentados os investimentos internos, obrigatórios e voluntários (por exemplo: previdência privada, benefícios e capacitação), que a empresa realiza para atender aos seus empregados.

A terceira categoria (Indicadores sociais externos) se refere aos investimentos voluntários da empresa, cujo público-alvo é a sociedade em geral, como é o caso de projetos e iniciativas nas áreas de educação, cultura, saúde, esporte e segurança alimentar e pagamento de tributos. Incluem os investimentos via incentivo fiscal e os de desembolso próprio da empresa. Essas ações afetam o público externo, sejam comunidades locais ou a sociedade como um todo.

Na quarta categoria (Indicadores ambientais) são apresentados investimentos ambientais internos e externos à empresa, seja para mitigar ou compensar seus impactos ambientais, reduzir emissões de gases e resíduos, seja em projetos e ações que não estão relacionadas com a operação da companhia.

A quinta categoria (Indicadores do corpo funcional) contém as informações que procuram identificar de que forma se dá o relacionamento da empresa com seu público interno, como por exemplo: a criação de postos de trabalho, utilização do trabalho terceirizado, valorização da diversidade – negros, mulheres, faixa etária e pessoas com

deficiência, e que procuram identificar a participação de minorias em cargos de chefia e gerenciamento da empresa.

A sexta categoria (Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial) é formada por indicadores, em sua maioria, qualitativos, que se referem a uma série de ações relacionadas aos públicos que interagem com a empresa, com ênfase no público interno.

A última categoria (Outras informações) tem um espaço de conteúdo livre a ser utilizado caso a empresa queira divulgar outras informações consideradas relevantes para a compreensão de suas práticas sociais e ambientais.

Para Torres e Mansur (2008), o balanço social é um demonstrativo publicado pela empresa que reúne informações sobre projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e à comunidade. Ele é também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa.

O Modelo GRI, por sua vez, parte de princípios de sustentabilidade e tem como objetivo estruturar as informações em três bases: impactos econômicos, ambientais e sociais. As diretrizes, protocolos de indicadores e suplementos setoriais foram concebidos para que organizações de qualquer porte, setor e localização pudessem passar pelo mesmo processo de relato e produzir relatórios comparáveis (GRI, 2006).

De forma flexível, as diretrizes do GRI permitem que empresas usem o modelo enquadrando-se em níveis diferentes de dados (do nível C ao A+). O enquadramento é avaliado de acordo com a quantidade de indicadores divulgados frente à estrutura completa, às condições e aos indicadores criados pelo Instituto. Segundo o GRI (2006), uma empresa iniciante se enquadraria provavelmente no nível C, e à medida que aumentasse o número de indicadores acompanhados, ela subiria para o nível seguinte. No **Quadro 3**, a seguir, são listados os indicadores do índice remissivo do modelo GRI, para o qual a empresa deve apontar as páginas nas quais essas informações estão no relatório:

ECONÔMICO		
Desempenho Econômico	EC1	Valor econômico direto gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração de empregados, doações e outros investimentos na comunidade, lucros acumulados e pagamentos para provedores de capital e governos.
	EC2	Implicações financeiras e outros riscos e oportunidades para as atividades da organização devido a mudanças climáticas.
	EC3	Cobertura das obrigações do plano de pensão de benefício definido que a organização oferece.
	EC4	Ajuda financeira significativa recebida do governo.
Presença no Mercado incluindo Conteúdo Local	EC5	Variação da proporção do salário mais baixo comparado ao salário mínimo local em unidades operacionais importantes.
	EC6	Políticas, práticas e proporção de gastos com fornecedores locais em unidades operacionais importantes.
	EC7	Procedimentos para contratação local e proporção de membros de alta gerência recrutados na comunidade local em unidades operacionais importantes.
Impactos Econômicos Indiretos	EC8	Desenvolvimento e impacto de investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos, principalmente para benefício público, por meio de engajamento comercial, em espécie ou atividades <i>pro bono</i> .
	EC9	Identificação e descrição de impactos econômicos indiretos significativos, incluindo a extensão dos impactos.

AMBIENTAL		
Materiais	EN1	Materiais usados por peso ou volume.
	EN2	Percentual dos materiais usados provenientes de reciclagem.
Energia	EN3	Consumo de energia direta discriminado por fonte de energia primária.
	EN4	Consumo de energia indireta discriminado por fonte primária.
	EN5	Energia economizada devido a melhorias em conservação e eficiência.
	EN6	Iniciativas para fornecer produtos e serviços com baixo consumo de energia, ou que usem energia gerada por recursos renováveis, e a redução na necessidade de energia resultante dessas iniciativas.
	EN7	Iniciativas para reduzir o consumo de energia indireta e as reduções obtidas.
Água	EN8	Total de retirada de água por fonte.
	EN9	Fontes hídricas significativamente afetadas por retirada de água.
	EN10	Percentual e volume total de água reciclada e reutilizada.
Biodiversidade	EN11	Localização e tamanho da área possuída, arrendada ou administrada dentro de áreas protegidas, ou adjacente a elas, e áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas.
	EN12	Descrição de impactos significativos na biodiversidade de atividades, produtos e serviços em áreas protegidas e em áreas de alto índice de biodiversidade fora das áreas protegidas.
	EN13	Habitats protegidos ou restaurados.
	EN14	Estratégias, medidas em vigor e planos futuros para a gestão de impactos na biodiversidade.
	EN15	Número de espécies na Lista Vermelha da IUCN e em listas nacionais de conservação com habitats em áreas afetadas por operações, discriminadas pelo nível de risco de extinção.

AMBIENTAL		
Emissões, Efluentes Resíduos	EN16	Total de emissões diretas e indiretas de gases de efeito estufa, por peso.
	EN17	Outras emissões indiretas relevantes de gases de efeito estufa, por peso.
	EN18	Iniciativas para reduzir as emissões de gases de efeito estufa e as reduções obtidas.
	EN19	Emissões de substâncias destruidoras da camada de ozônio, por peso.
	EN20	NOx, SOx e outras emissões atmosféricas significativas, por tipo e peso.
	EN21	Descarte total de água, por qualidade e destinação.
	EN22	Peso total de resíduos, por tipo e método de disposição.
	EN23	Número e volume total de derramamentos significativos.
	EN24	Peso de resíduos transportados, importados, exportados ou tratados considerados perigosos nos termos da Convenção da Basiléia 13 – Anexos I, II, III e VIII, e percentual de carregamentos de resíduos transportados internacionalmente.
	EN25	Identificação, tamanho, <i>status</i> de proteção e índice de biodiversidade de corpos d'água e <i>habitats</i> relacionados significativamente afetados por descartes de água e drenagem realizados pela organização relatora.
Produtos Serviços	EN26	Iniciativas para mitigar os impactos ambientais de produtos e serviços e a extensão da redução desses impactos.
	EN27	Percentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produto.
Conformidade	EN28	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos ambientais.
Transporte	EN29	Impactos ambientais significativos do transporte de produtos e outros bens e materiais utilizados nas operações da organização, bem como do transporte de trabalhadores.
Geral	EN30	Total de investimentos e gastos em proteção ambiental, por tipo.

SOCIAL		
Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente		
Emprego	LA1	Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região.
	LA2	Número total e taxa de rotatividade de empregados, por faixa etária, gênero e região.
	LA3	Benefícios oferecidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período, discriminados pelas principais operações.
Relações entre os Trabalhadores e a Governança	LA4	Percentual de empregados abrangidos por acordos de negociação coletiva.
	LA5	Prazo mínimo para notificação com antecedência referente a mudanças operacionais, incluindo se esse procedimento está especificado em acordos de negociação coletiva.
Saúde Segurança Trabalho	LA6	Percentual dos empregados representados em comitês formais de segurança e saúde, compostos por gestores e por trabalhadores, que ajudam no monitoramento e aconselhamento sobre programas de segurança e saúde ocupacional.
	LA7	Taxas de lesões, doenças ocupacionais, dias perdidos, absenteísmo e óbitos relacionados ao trabalho, por região.
	LA8	Programas de educação, treinamento, aconselhamento, prevenção e controle de risco em andamento para dar assistência a empregados, seus familiares ou membros da comunidade com relação a doenças graves.
	LA9	Temas relativos à segurança e saúde cobertos por acordos formais com sindicatos.
Treinamento Educação	LA10	Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, discriminadas por categoria funcional.
	LA11	Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua que apoiam a continuidade da empregabilidade dos funcionários e para gerenciar o fim da carreira.
	LA12	Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira.

SOCIAL		
Diversidade e Igualdade de Oportunidade	LA13	Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria, de acordo com gênero, faixa etária, minorias e outros indicadores de diversidade.
	LA14	Proporção de salário-base entre homens e mulheres, por categoria funcional.
Direitos Humanos		
Processo de compra	HR1	Percentual e número total de contratos de investimentos significativos que incluam cláusulas referentes a direitos humanos ou que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos.
	HR2	Percentual de empresas contratadas e fornecedores críticos que foram submetidos a avaliações referentes a direitos humanos e as medidas tomadas.
	HR3	Total de horas de treinamento para empregados em políticas e procedimentos relativos a aspectos de direitos humanos relevantes para as operações, incluindo o percentual de empregados que recebeu treinamento.
Não discriminação	HR4	Número total de casos de discriminação e as medidas tomadas.
Liberdade de Associação	HR5	Operações identificadas em que o direito de exercer a liberdade de associação e a negociação coletiva pode estar correndo risco significativo e as medidas tomadas para apoiar esse direito.
Trabalho Infantil	HR6	Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho infantil e as medidas tomadas para contribuir para a abolição do trabalho infantil.
Trabalho Forçado ou Análogo ao Escravo	HR7	Operações identificadas como de risco significativo de ocorrência de trabalho forçado ou análogo ao escravo e as medidas tomadas para contribuir para a erradicação do trabalho forçado ou análogo ao escravo.
Práticas de Segurança	HR8	Percentual do pessoal de segurança submetido a treinamento nas políticas ou procedimentos da organização relativos a aspectos de direitos humanos que sejam relevantes às operações.
Direitos Indígenas	HR9	Número total de casos de violação de direitos dos povos indígenas e medidas tomadas.
Sociedade		
Comunidades locais	SO1	Natureza, escopo e eficácia de quaisquer programas e práticas para avaliar e gerir os impactos das operações nas comunidades, incluindo a entrada, operação e saída.
Corrupção	SO2	Percentual e número total de unidades de negócios submetidas a avaliações de riscos relacionados à corrupção.
	SO3	Percentual de empregados treinados nas políticas e procedimentos anticorrupção da organização.
	SO4	Medidas tomadas em resposta a casos de corrupção.
Políticas Públicas	SO5	Posições quanto a políticas públicas e participação na elaboração de políticas públicas e lobbies.
	SO6	Valor total de contribuições financeiras e em espécie para partidos políticos, políticos ou instituições relacionadas, discriminadas por país.
Concorrência desleal	SO7	Número total de ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio e seus resultados.
Conformidade	SO8	Valor monetário de multas significativas e número total de sanções não monetárias resultantes da não conformidade com leis e regulamentos.

SOCIAL		
Responsabilidade pelo Produto		
Saúde e Segurança do Cliente	PR1	Fases do ciclo de vida de produtos e serviços em que os impactos na saúde e segurança são avaliados visando melhoria, e o percentual de produtos e serviços sujeitos a esses procedimentos.
	PR2	Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados aos impactos causados por produtos e serviços na saúde e segurança durante o ciclo de vida, discriminados por tipo de resultado.
Rotulagem de Produtos e Serviços	PR3	Tipo de informação sobre produtos e serviços exigida por procedimentos de rotulagem, e o percentual de produtos e serviços sujeitos a tais exigências.
	PR4	Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relacionados a informações e rotulagem de produtos e serviços, discriminados por tipo de resultado.
	PR5	Práticas relacionadas à satisfação do cliente, incluindo resultados de pesquisas que medem essa satisfação.
Comunicação e Marketing	PR6	Programas de adesão às leis, normas e códigos voluntários relacionados a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio.
	PR7	Número total de casos de não conformidade com regulamentos e códigos voluntários relativos a comunicações de marketing, incluindo publicidade, promoção e patrocínio, discriminados por tipo de resultado.
Conformidade	PR8	Número total de reclamações comprovadas relativas à violação de privacidade e perda de dados de clientes.
Compliance	PR9	Valor monetário de multas (significativas) por não conformidade com leis e regulamentos relativos ao fornecimento e uso de produtos e serviços.

Quadro 3: Modelo GRI.

São seis princípios designados pelo GRI (2006) para assegurar a qualidade do relatório: i) equilíbrio, o relatório deverá refletir aspectos positivos e negativos do desempenho da organização; ii) comparabilidade, as informações devem ser relatadas de forma a possibilitar a análise do desempenho da organização ao longo do tempo; iii) exatidão, as informações deverão ser suficientemente precisas; iv) periodicidade, o relatório deve ser publicado regularmente; v) clareza, as informações devem estar compreensíveis; e vi) confiabilidade, as informações e processos usados devem ser registrados, analisados e divulgados de uma forma que permita sua revisão e estabeleça a qualidade e materialidade das informações.

Além do nível de aplicação, há também três formas de comunicar o relatório: i) por meio de uma autodeclaração, na qual a empresa divulga o relatório sem revisão do GRI ou de auditoria externa; ii) por meio de uma revisão do relatório pelo GRI, podendo neste caso o relatório ser publicado com o logotipo do GRI; e iii) por meio de uma verificação de terceira parte, na qual a empresa contrata uma auditoria.

Segundo pesquisa recente feita com 67 respondentes, o GRI (2012) concluiu que o processo pelo qual uma empresa passa para a publicação de informações sociais as obriga a

articular sua visão e sua estratégia para operar de maneira mais sustentável e para oferecer produtos e serviços mais sustentáveis. Alguns respondentes alegaram que, durante o processo de relato de informações, as empresas reconheceram um vínculo entre a implementação do processo de relato e o desenvolvimento da estratégia empresarial. Para o Instituto GRI (2012), com uma visão e estratégias mais claras, a organização tem um ponto de referência ao qual seria possível alinhar futuras políticas, atividades e tomadas de decisão.

Mesmo com a adoção de um modelo e embora sejam registradas diversas iniciativas para a estruturação das publicações, a grande crítica, que ainda é feita, é quanto à falta de padronização que permanece nas informações contidas nas publicações socioambientais (Oliveira, 2005; Guimarães, 2008). Por não ser um demonstrativo obrigatório, não há também um padrão obrigatório a se seguir. Essa falta de padronização não é fenômeno recente, em 1976 ela também havia sido registrada, com a pesquisa de Jensen, na qual critica a falta de padrão nas informações divulgadas e compara contabilidade social a um caleidoscópio, em que as mesmas peças, ligeiramente viradas, formam padrões totalmente novos.

Um grande passo tentativo foi dado no Brasil para a padronização quando o Conselho Federal de Contabilidade, por meio da Resolução CFC nº 1003, de 19/08/2004, passou a exigir uma estrutura mínima a ser seguida pelas empresas do mercado nacional. Essa iniciativa teve como propósito estimular uma internacionalização do modelo, iniciada pelo Global Reporting Initiative (GRI). O reforço mais expressivo veio quando, em 2005, a BMF&Bovespa exigiu a adoção do GRI para as empresas que se habilitam a compor a carteira do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE), recém criado à época.

No mesmo ano, Oliveira (2005) publicou uma pesquisa com o resultado de sua avaliação dos balanços sociais das 500 maiores empresas nacionais. Nesta pesquisa o autor observou que quase um terço das receitas operacionais líquidas das empresas é direcionado para atividades relacionadas à sociedade, demonstrando a relevância desses recursos nas organizações com atuação no Brasil. Na mesma pesquisa Oliveira chama atenção para o uso inadequado do balanço social, quando é utilizado pelas empresas somente como uma ferramenta de propaganda. Neste caso, na realidade, o balanço social pode ter um efeito de propaganda negativa, já que não espelharia de fato as ações desta companhia.

Em busca de uma padronização e de um diálogo mais claro com os *stakeholders*, a governança corporativa é entendida como elemento-chave que possibilita o aumento da confiança dos investidores quanto ao desempenho econômico e crescimento da empresa. É por meio do estabelecimento de práticas de governança que se permite criar as estruturas que suportam o controle, a determinação e o alcance dos objetivos corporativos e metas (Kocmanová, Hřebíček, Dočekalová, 2011).

Além disso, Jo e Harjoto (2011) concluíram por uma correlação positiva entre a adoção de mecanismos internos e externos de governança corporativa e o engajamento em práticas de RSC. Para os autores, RSC é um complemento das ações de governança, na medida em que os mecanismos de governança e monitoramento percebem positivamente as ações de RSC em resolução de conflitos com várias partes interessadas.

Dessa forma, chama-se a atenção para os constantes esforços na tentativa de adoção de padrões nos relatórios, para os modelos mais adotados e para a composição da divulgação de informações de RSC, mas a padronização ainda tem sido alvo de críticas.

Em contraponto, embora falte padronização, o que se percebe é que, na última década, as informações socioambientais têm aumentado ainda mais sua importância passando a ser utilizadas pelos gestores também como um elemento estratégico. No conteúdo dos relatórios e demonstrativos das atividades socioambientais das organizações, estão detalhados: evolução dos empregos, gastos com treinamentos, gastos com meio ambiente, preservação de bens culturais, entre outras atividades que agregam valor à sociedade (Trevisan, 2002).

Neste sentido, devido à importância das informações de RSC, a partir do levantamento bibliográfico, é proposta a metodologia de pesquisa de análise do conteúdo com base nos documentos e nos relatórios publicados pelas empresas objeto do estudo.

3 PERCURSO METODOLÓGICO

3.1 Coleta de Dados

O processo de coleta de dados partiu de uma análise documental, dos diversos relatórios utilizados pelas empresas para divulgar informações anuais de responsabilidade social corporativa. Em função da liberdade que se tem na forma de divulgação, as informações de Responsabilidade Social Corporativa são encontradas em diferentes documentos, com nomes diversos. Os mais comuns são Relatório de Sustentabilidade, Relatório Social, Balanço Social, Relatório Anual e Relatório da Administração. Também há aquelas empresas que divulgam as informações de RSC junto às demonstrações financeiras anuais.

Não houve distinção ou classificação das informações encontradas por tipo de relatório. Trata-se apenas de uma constatação da utilização de nomes diversos como veículo de divulgação de informações de responsabilidade social.

Para a amostra da pesquisa, foram selecionadas as 100 maiores empresas listadas na BM&FBovespa por valor de mercado, frente ao total de 360 empresas, aproximadamente, negociadas. Esta escolha se deu para que não houvesse um setor específico avaliado, ou um grupo restrito selecionado. O valor de mercado é o resultado da multiplicação do número de ações pelo valor unitário da ação. É a *proxy* tradicional utilizada para medir o tamanho da empresa, por refletir a capacidade esperada de geração de lucros e o risco referente à materialização desses lucros futuros (Antunes, Bressan e Lamounier, 2006). Assim, o valor de mercado espelha o valor “avaliado” pelos investidores dessas empresas estudadas, em um dado momento e cenário macroeconômico.

As 100 empresas selecionadas estão listadas no **Apêndice A**, com detalhamento por setor, valor de mercado e receita líquida. Nesta relação há empresas que já têm programas, ações e investimentos há mais de 10 anos e há empresas que recentemente iniciaram suas práticas. Existem empresas com dimensão internacional e outras de atuação regional. No total são 17 setores envolvidos na amostra (**Apêndice B**), sendo que cada um possui diferentes graus de impactos gerados por suas atividades. O setor com o maior número de representantes

foi o energético, gás e água com 23 empresas, seguido do setor de finanças e seguros com 9 empresas. As 100 empresas juntas representam 78% do volume diário movimentado no mercado de ações brasileiro. Tanto a listagem quanto os dados de setor e de valores foram extraídos do *software* Economática.

Com essa pesquisa, o objetivo foi verificar se o entendimento do conceito de Responsabilidade Social Corporativa é uniforme ou se cada empresa o entende de forma diferente. Também, buscou-se avaliar de que forma elas praticam RSC e estão comprometidas com o tema.

A escolha por amostra de empresas com capital aberto e listadas em bolsa foi feita em função da facilidade de acesso aos dados publicados. As empresas com ações negociadas em bolsa têm como obrigação a regularidade da apresentação de seus demonstrativos financeiros, facilitando assim o acesso a informações. A base de dados utilizada foi a Economática, da qual foi obtida a listagem das empresas, setor de atividades e valor de mercado.

De posse da lista, todos os documentos das empresas objeto da pesquisa foram extraídos dos seus *sites*, e iniciou-se um processo de coleta dos relatórios publicados de 2006 a 2011, cujo acesso dependeu de sua disponibilidade. No total, foram obtidos via internet mais de 600 documentos.

A opção pela análise documental fundamentou-se no fato de esses documentos serem peças de importante divulgação da imagem de uma empresa. O conteúdo e as informações que ali se encontram dizem respeito a conquistas obtidas no ano e estratégias de atuação, valores e princípios empresariais. São documentos públicos, de fácil acesso, muitas vezes distribuídos aos clientes, acionistas e fornecedores, que retratam assim o pensamento de seus gestores e a forma como a empresa quer ser vista. Por ser uma peça planejada, que envolve diversas áreas da empresa, e que leva normalmente seis meses para ser finalizada, há nestes textos indicações e conceitos ricos sobre o entendimento, posicionamento, e práticas empresariais.

O conteúdo ali encontrado não representa uma resposta espontânea e que talvez pudesse retratar o pensamento de apenas uma pessoa da empresa. As definições de RSC, a

elaboração cuidadosa e práticas registradas nestes relatórios são o resultado do pensamento de diversos profissionais e áreas envolvidas.

3.2 Tratamento de Dados

O tratamento de dados partiu de um estudo bibliográfico que procurou conceituar a amplitude do entendimento de Responsabilidade Social Corporativa. A discussão entre os autores sobre o que é o campo de estudo enriqueceu a identificação das categorias que passaram a ser buscadas na análise dos documentos.

Para o melhor tratamento dos dados, foi estruturada uma planilha eletrônica com a relação das empresas por linha e, na medida em que eram analisadas individualmente, os fragmentos dos discursos eram colocados em colunas. Uma coluna foi criada apenas para a parte que dizia respeito ao conceito, outra para as práticas e mais uma para eventuais desvios e comentários importantes. Dessa forma, montou-se uma espécie de mapa com os dados coletados e expressões lexicais de forma que as categorias se tornaram claras.

Para Bardin (2010), a sutileza do método de análise de conteúdo está em: i) ultrapassar a incerteza de algo subjetivo, uma visão pessoal sobre a mensagem que está efetivamente contida que pode ou não ser partilhada por outros; e ii) enriquecer a leitura, com a descoberta de conteúdos e de estruturas que confirmam (ou infirmam) o que se procura demonstrar, ou mesmo com o esclarecimento de elementos de significações suscetíveis e mecanismos de que *a priori* não se tinha a compreensão.

No detalhamento do método e das tendências, Bardin (2010: 30) discute o desejo de rigor frente à necessidade de descobrir, de adivinhar, de ir além das aparências, e mostra duas funções, que na prática, podem ou não se dissociar: a primeira é a função heurística (“para ver o que dá”), cujo foco é a tentativa exploratória do conteúdo, a descoberta das mensagens; e a segunda função de “administração da prova” (“para servir de prova”), cujo objetivo é verificar, confirmar, ou infirmar determinada hipótese criada *a priori*. Bardin (2010) defende que na prática as duas funções da análise de conteúdo podem coexistir de maneira complementar.

Nesta pesquisa as duas funções mencionadas por Bardin (2010) coexistiram em momentos distintos. O **Quadro 4** a seguir ilustra o processo metodológico de análise de conteúdo adotado nesta pesquisa:

COLETA DE DADOS	
Fase Preparatória	Estudo bibliográfico. Seleção da amostra. Coleta de dados: pesquisa e acesso aos documentos.
ANÁLISE E TRATAMENTO DOS DADOS	
Primeiro momento (descoberta)	Análise exploratória (função heurística) do conteúdo e informações das 50 maiores empresas. Estabelecimento e definição das categorias encontradas.
Segundo momento (confirmação)	Retomada de conceitos à luz da teoria. Retomada da análise do conteúdo das 50 empresas restantes da amostra (função “administração de provas”) para confirmar as categorias inicialmente criadas.

Quadro 4: Percurso Metodológico.

Fonte: Elaboração própria, adaptado da metodologia de Bardin (2010).

Dessa forma, nesta pesquisa, em um primeiro momento, estudou-se de forma exploratória (pela função heurística). Algumas categorias surgiram e, aos poucos, se enquadraram com o levantamento bibliográfico. A partir da repetição desse enquadramento, as categorias foram paulatinamente sendo confirmadas, para então dar início ao segundo momento da pesquisa. Neste segundo momento, o processo se deu com o objetivo de estender o estudo para atingir a amostra completa (100 empresas). Houve então o processo de confirmação (pela função de “administração de prova”), no qual as categorias já estavam criadas e se tornava necessário testar a categorização.

Vale acrescentar que os documentos foram lidos integralmente e deles extraídos os fragmentos de discurso com as expressões lexicais que retratavam o pensamento, a estratégia e o posicionamento da empresa quanto à RSC.

3.3 Limitações do Método

A aplicação do método utilizado de análise de conteúdo dos documentos publicados pelas empresas selecionadas como amostra pressupôs, no processo de construção das categorias e da análise dos resultados, o desafio de ultrapassar algo subjetivo, para que o estudo não apresentasse apenas uma visão pessoal, mas uma análise rigorosa da mensagem

efetivamente contida, deixando surgir de forma espontânea categorias e agrupamentos *a priori* não percebidos.

No entanto, vale ressaltar que não foram feitas entrevistas ou aplicados questionários para uma eventual confirmação das classificações apresentadas. Também, não foi possível a realização de um estudo quantitativo que pudesse medir o grau de comprometimento no que se refere ao desembolso de recursos. Do total das 100 empresas analisada na amostra, só foi possível coletar dados quantitativos, sobre investimentos em projetos e programas, de 59 companhias, inviabilizando uma análise estatística. Dessa forma, também não foram avaliados montantes de recursos investidos e a constância deles.

O recorte utilizado na pesquisa se limitou às cem maiores empresas listadas na Bolsa de Valores brasileira, concentrando o estudo nas maiores empresas por valor de mercado. Assim, os resultados não foram testados em empresas de menor porte.

4 REVELAÇÃO DE CAMPO

4.1 Responsabilidade Social Corporativa: O Entendimento das Organizações

Com base nas informações e fragmentos de discurso coletados foram identificadas três categorias que surgiram espontaneamente na análise dos documentos pesquisados das 100 empresas da amostra. Para melhor identificá-las, foram criados três grupos com base nas categorias reveladas: *Entendimento Amplo* do conceito de RSC; *Entendimento Restrito* do conceito de RSC; e, *Entendimento Confuso* do conceito de RSC. Em cada grupo foram agrupadas empresas seguindo um critério de classificação que considera o entendimento desse conceito de Responsabilidade Social Corporativa. Na **Figura 4** estão ilustrados os grupos criados:



Figura 4: Agrupamento por Entendimento do Conceito de Responsabilidade Social Corporativa.

No primeiro grupo, *Entendimento Amplo*, foram colocadas empresas que demonstraram em seus comentários que são detentoras de um entendimento mais abrangente sobre Responsabilidade Social Corporativa. O enquadramento *Amplo* tomou por base Carroll (1991) que propôs uma pirâmide (**Figura 1**) formada por quatro níveis para se definir RSC: o primeiro seria a responsabilidade econômica; o segundo, a responsabilidade legal; o terceiro nível, a responsabilidade ética; e o quarto nível, a responsabilidade discricionária. Nesta pesquisa o conceito de amplo se refere a algo que ultrapassa as ações internas da companhia, levando-se em consideração as questões econômica, legal e ética como sustentação. É algo com alcance e efeitos maiores, que vão além da fronteira da organização.

De maneira a complementar a visão de Carroll (1991), também foram tomados como referência os quatro aspectos defendidos por Banerjee (2007), resumidos da seguinte forma: i) compromisso; ii) ações além de suas obrigações legais; iii) conduta voluntária; e iv) atendimento aos *stakeholders*.

A identificação desse primeiro grupo fundamentou-se em fragmentos de discurso com as expressões lexicais, destacadas no **Quadro 5** a seguir:

EMPRESA	FRAGMENTOS DO DISCURSO COM DESTAQUE PARA EXPRESSÕES LEXICAIS
AES Tietê	“O compromisso do Grupo com a sustentabilidade é: atuar como <u>agentes transformadores [...]</u> ”. (Relatório de Sustentabilidade, 2011: 36)
Petrobras	“Compromissos com a sustentabilidade: <u>Crescimento integrado</u> , rentabilidade e responsabilidade social e ambiental.” (Relatório de Sustentabilidade, 2011: 18)
Vale	“Investir no <u>desenvolvimento socioeconômico das comunidades</u> , respeitando a suas necessidades, é o que se espera de uma empresa comprometida com a sustentabilidade.” (Relatório de Sustentabilidade, 2011: 45)
Vale	“A experiência da Vale confirma que a “ <u>licença social para operar</u> ” tem importância semelhante às licenças ambientais [...]”. (Relatório de Sustentabilidade, 2011: 45)
Neoenergia	“O compromisso do Grupo Neoenergia com os clientes, comunidade, fornecedores, colaboradores, governos e o meio ambiente é inerente à busca pelo <u>desenvolvimento do País</u> e bom <u>relacionamento com os stakeholders</u> .” (Relatório Anual, 2010: 56)
Usiminas	“Reforçamos ainda que a sustentabilidade <u>permeia todas as ações</u> corporativas [...]”. (Relatório Anual, 2011: 11)
Lojas Renner	“A implantação da sustentabilidade é um caminho longo que <u>envolve toda a Companhia</u> .” (Relatório de Sustentabilidade, 2011: 6)
Ampla Energia	“O objetivo foi converter o compromisso em sustentabilidade em uma ferramenta que acompanhe o desenvolvimento do negócio e apoie as empresas no alcance de seus objetivos em médio e longo prazo, criando <u>uma relação de confiança entre os grupos de interesse</u> .” (Relatório de Sustentabilidade, 2011: 30)
Fleury	“Contribuímos para a saúde e o bem-estar das pessoas, <u>da sociedade e do meio ambiente</u> por meio da difusão de conhecimento, <u>valorização da diversidade</u> e <u>adoção plena de práticas</u> éticas e transparentes.” (Relatório Anual e de Sustentabilidade 2010: 78)

Quadro 5: Fragmentos de Discurso de Empresas com *Entendimento Amplo* do que é RSC.

Nota: as expressões lexicais foram sublinhadas pela autora.

As expressões extraídas dos relatórios como “papel transformador”, “valorização das pessoas e das comunidades”, “licença social”, “desenvolvimento do país”, “permeia todas as ações corporativas”, “envolve toda a Companhia”, “adoção plena de práticas éticas e transparentes” são exemplo destacados que demonstram que a empresa se entende como transformadora, com atuação nas comunidades, com contribuição para o crescimento do país e para desempenhar ações para a sociedade e meio ambiente. Essas expressões trazem colocações de alcance abrangente à atuação das empresas. Os registros dessas empresas indicam uma visão que permeia diversas áreas, como a econômica, a social e a ambiental, incluem princípios éticos, compromisso, relações estabelecidas com as partes interessadas e a contribuição da empresa para futuras gerações.

Assim, o Grupo *Entendimento Amplo* foi formado por empresas que demonstram um entendimento de RSC mais completo e de que suas ações podem ter alcance além dos requisitos legais. Esse grupo entende o conceito de RSC como uma de suas prioridades estratégicas, envolvendo os valores da empresa, questões de legado, sustentabilidade, mitigação de riscos, redução de impactos, compromissos éticos e pactuados, desenvolvimento das comunidades locais, projetos de recuperação ambiental e preservação.

O grupo possui um enfoque de se responsabilizar também pela cadeia de produção, normatizando o processo de seleção de fornecedores. Nele, encontram-se empresas com práticas, padrões de divulgação e aplicação de modelos reconhecidos. Atendem, assim, ao conceito estabelecido por Carroll (1991) e Banerjee (2007).

Entre as empresas analisadas do Grupo *Entendimento Amplo*, a Companhia Paulista de Força e Luz (CPFL) foi a que melhor retratou o entendimento do tema:

“O conceito de desenvolvimento da sociedade extrapola as responsabilidades inerentes aos negócios desenvolvidos pela Empresa; significa compreender a sua responsabilidade, em um sentido mais amplo, e com visão integrada, inclusiva e interdependente, de contribuir para a elevação dos padrões de produção, educação, saúde, segurança, qualidade de vida e desenvolvimento humano. Nesse sentido, todas as ações da Empresa devem considerar a sua capacidade de criação de valor para a sociedade. A perenidade do nosso negócio e o futuro da humanidade dependem cada vez mais do equilíbrio entre a busca de resultados econômicos e a capacidade da sociedade e da natureza de suportarem o crescimento.” (Relatório Anual da CPFL, 2010: 26) (*grifo meu*)

A Vale S/A também retrata o grupo e traz em suas colocações a necessidade de se obter uma “licença social” para as suas operações, reconhecendo o impacto causado por suas atividades:

"Investir no desenvolvimento socioeconômico das comunidades, respeitando a suas necessidades, é o que se espera de uma empresa comprometida com a sustentabilidade. A experiência da Vale confirma que a 'licença social para operar' tem importância semelhante às licenças ambientais e exerce papel fundamental para permitir o crescimento das operações e o desenvolvimento das comunidades." (Relatório de Sustentabilidade da Vale, 2011: 45) (*grifo meu*)

Como resultado da análise, 40 empresas foram enquadradas no Grupo *Entendimento Amplo*. O **Quadro 6** a seguir relaciona essas empresas:

ENTENDIMENTO AMPLO		
AES Tietê	Elektro	Odontoprev
Alpargatas	Embraer	OGX
Ampla Energia	Embratel Participações	Oi
BM&FBovespa	Fibria	Pão de Açúcar (CBD)
Braskem	Fleury	Petrobras
BRF Foods	JBS	Sabesp
Cemig	Klabin	Souza Cruz
Cia Hering	Lojas Renner	Suzano Papel
Cielo	M. Dias Branco	Tam S/A
Coelba	MPX Energia	Tractebel
Copasa	MRV	Usiminas
CPFL Energia	Natura	Vale
Cyrela Realty	Neoenergia	Whirlpool
Duralex		

Quadro 6: Relação de Empresas do Grupo *Entendimento Amplo*.

No quadro acima, verificou-se um grupo formado por empresas representativas de diversos setores, algumas delas reconhecidas por uma estreita associação com RSC, como é o caso da Natura e Pão de Açúcar. Houve também neste grupo destaque para aquelas organizações cujas atividades são de alto impacto social e ambiental, contando com representantes do setor de petróleo (OGX e Petrobras), mineração (Usiminas e Vale), energia elétrica (AES Tietê, Ampla Energia, Cemig, Coelba, CPFL Energia, Elektro, MPX Energia, Neoenergia e Tractebel), papel e celulose (Fibria, Klabin e Suzano Papel), fumo (Souza Cruz) e transportes aéreos e indústria de peças de aviação (Embraer e Tam S/A).

O segundo grupo, denominado de *Entendimento Restrito*, foi caracterizado pelo agrupamento de empresas que se demonstraram com uma visão menos abrangente ou até mesmo regional do que é a Responsabilidade Social Corporativa. Este grupo foi identificado principalmente por um enquadramento fundamentado na abordagem feita por Oliveira (2008), que entende que não há razão para não considerar responsável aquela empresa que cumpre rigorosamente a legislação, na medida em que ela estaria cumprindo as suas obrigações.

No entanto, vale deixar claro que não é intenção da pesquisa transformar esse enquadramento em crítica, trata-se apenas de uma constatação de que há um grupo com uma visão mais restrita de RSC, frente à comparação com o grupo detentor de um entendimento mais amplo. Também, vale relembrar a objeção de Oliveira (2008) ao dizer que as empresas podem ter uma atuação social focada em áreas em que tenham mais exposição e associação positiva com a sua imagem, enquanto podem ter condutas antiéticas em determinados aspectos.

A identificação desse segundo grupo teve por base fragmentos de discurso com as expressões lexicais, destacados no **Quadro 7** a seguir:

EMPRESA	FRAGMENTOS DO DISCURSO COM DESTAQUE PARA EXPRESSÕES LEXICAIS
Lojas Americanas	“A Lojas Americanas é reconhecida no mercado por gerar oportunidades e desenvolver internamente seus profissionais.” (Relatório Anual, 2011, versão <i>on-line</i>)
Ambev	“Geramos empregos, pagamos impostos e ajudamos as comunidades a crescer.” (Relatório Anual, 2011: 22)
Raia Drogarias	“A Droga Raia acredita que sua forma de se relacionar <u>com seus públicos de interesse</u> é um dos fatores que a fizeram atravessar quatro gerações e mais de 100 anos de história. Confia ainda que, para seguir com sucesso a sua arrojada estratégia de crescimento e, com isso, criar valor real <u>para seus acionistas</u> , [...]”. (Relatório Anual, 2010: 30)
Comgas	“Atuar com respeito ao meio ambiente e integração com as comunidades <u>onde a companhia atua</u> .” (Relatório Anual, 2011: 17)
Santos Brasil	“Nesse sentido, desenvolvemos e apoiamos ações sociais e ambientais focadas no desenvolvimento das comunidades <u>onde nossas unidades estão localizadas</u> .” (Relatório Anual 2011: 2)
MMx Miner	“Apoio a <u>iniciativas locais</u> e patrocínios da empresa se alinham com as premissas de contribuir com o desenvolvimento das <u>localidades onde está inserida</u> .” (Disponível em: < ">http://ri.mmx.com.br/show.aspx?idCanal=SZ9BgRHWi1bitlBIWCKmKg==> ; Acessado em: 06/11/2012)
Cosan	O foco desses programas está direcionado para os profissionais contratados localmente, buscando incentivar, assim, o desenvolvimento das <u>comunidades nas quais a empresa atua</u> . (Relatório de Sustentabilidade, 2011: 59)
Sul América	“[...] a SulAmérica promove o engajamento com seus públicos, investe em iniciativas sociais e <u>melhora processos</u> e produtos para <u>mitigar impactos ambientais</u> .” (Relatório Anual 2011: 41)

Quadro 7: Fragmentos de Discurso de Empresas com Entendimento Restrito do que é RSC.

As expressões destacadas dos documentos como “Geramos empregos, pagamos impostos” e “desenvolver internamente seus profissionais” são exemplos destacados de fragmentos de discurso que demonstram uma visão de que gerar empregos, pagar impostos, treinar seus funcionários já é cumprir com seu papel social. Também, percebe-se a utilização frequente de expressões como “comunidades onde a companhia atua”, “comunidades onde nossas unidades estão localizadas” e “Apoio a iniciativas locais” que denotam o entendimento de RSC associado a ações locais, regionais, restritas às áreas de impacto e de atuação da empresa. Outra expressão claramente identificada no grupo foi “criar valor real para seus acionistas”, sem incluir no conteúdo diferentes partes interessadas (*stakeholders*). As iniciativas de investimentos voltadas ao meio ambiente, retratadas com as expressões “melhora processos” e “mitigar impactos”, retratam normalmente atuações internas, de melhoria de processos e mitigação de impactos.

Assim, no Grupo *Entendimento Restrito* foram reunidas empresas que entendem o conceito responsabilidade social de forma menos abrangente. O envolvimento desse grupo está geralmente associado à realização de projetos internos de melhoria de eficiência e desenvolvimento de seu pessoal, ou a práticas ambientais ou sociais internas à empresa.

Algumas empresas do Grupo *Entendimento Restrito* colocam que a geração de empregos proporcionada por sua atividade, o pagamento de impostos, e o cumprimento da legislação são suficientes como proposta de responsabilidade social. O conceito de responsabilidade social para elas está em capacitar e treinar seu pessoal, em disponibilizar benefícios aos funcionários e em investir em pesquisa e desenvolvimento. Estas empresas têm menor engajamento com a causa e suas ações, normalmente, não têm alcance além de suas operações. O trecho a seguir destacado do relatório da Companhia de Bebidas das Américas (Ambev) está localizado na seção Públicos de Relacionamento, Sociedade:

"Contribuímos para o fortalecimento da economia em todos os países onde atuamos. Geramos empregos, pagamos impostos e ajudamos as comunidades a crescer." (Relatório Anual da AMBEV, 2011: 22) (*grifo meu*)

Na área ambiental, para algumas empresas deste grupo, o conceito de responsabilidade ambiental retrata ações internas, que trazem basicamente maior produtividade. Os recursos são direcionados para mitigação de riscos ambientais e gestão eficiente de resíduos, controle de emissão de gases, e redução do consumo de materiais e energia. Não são identificados projetos de revitalização, recuperação de áreas degradadas, despoluição, plantio e outros possíveis investimentos externos à empresa. O exemplo a seguir foi extraído do relatório da Companhia Siderúrgica Nacional (CSN):

"A Responsabilidade Ambiental integra a missão e os valores da CSN e é um dos pilares de sua estratégia de negócio. A empresa busca a melhoria contínua de seus processos, para obter ganhos consistentes em seu desempenho ambiental." (Relatório Anual da CSN, 2010: 84) (*grifo meu*)

Na área social, restringem o entendimento de responsabilidade a ações culturais, esportivas e educativas pontuais, normalmente sem continuidade, de atuação local e escala reduzida. O texto extraído do relatório das Lojas Americanas ilustra o entendimento menos amplo das ações de responsabilidade social:

“A Lojas Americanas é reconhecida no mercado por gerar oportunidades e desenvolver internamente seus profissionais. Além disso, levamos produtos de qualidade a preços justos a municípios que tinham pouco ou nenhum acesso à variedade oferecida pela nossa Companhia, melhorando sua qualidade de vida de forma ética e responsável.” (Relatório Anual, 2011, versão *on-line*) (*grifo meu*)

O Grupo *Entendimento Restrito* surgiu em função de sua visão limitada sobre o conceito de RSC quando comparada ao verificado no Grupo *Entendimento Amplo*. As empresas enquadradas no *Restrito* dedicam-se menos no que concerne à amplitude de suas ações. Este grupo pode ser entendido como em desenvolvimento, quando o entendimento de Responsabilidade Social Corporativa aparenta não em processo de internalização, de forma que a fazer parte da rotina e permear as suas atividades. Assim, o entendimento é restrito quando comparado às práticas atuais de grupos empresariais com propostas mais abrangentes.

Vale mencionado que a intenção, quando da classificação desse grupo, não foi fazer críticas ou sugerir que o entendimento das empresas desse grupo está incorreto, mas a análise indica que há um entendimento de amplitude menor do conceito ou que faltaria a este grupo a totalidade conceitual percebida no Grupo *Entendimento Amplo*. Para o grupo *Entendimento Restrito* a RSC é entendida principalmente: pela atuação frente ao público interno, com treinamento; pela atuação social, com ações locais e pontuais; e pela atuação em projetos internos de meio ambiente, melhoria de eficiência operacional com redução de resíduos, redução de passivo e riscos ambientais.

Como resultado da análise, 37 empresas foram enquadradas no Grupo *Entendimento Restrito*. O **Quadro 8** a seguir relaciona essas empresas:

ENTENDIMENTO RESTRITO		
All América Latina	Iguatemi	PDG Realty
Ambev	Light S/A	Porto Seguro
Amil	Localiza	Qualicorp
Anhanguera	Lojas Americanas	Raia Drogarias
Casan	Lojas Marisa	Santos Brasil
Ceg	Marcopolo	Sid Nacional
Comgas	Marfrig	Sul América
Cosan	Mills	Tim Participações S/A
Dasa	MMX Miner	Totvs
EDP (Energias Brasil)	Multiplan	Via Varejo
Eztec	Multiplus	Weg
Grendene	OHL Brasil	
Hypermarcas	OSX Brasil	

Quadro 8: Relação de Empresas do Grupo *Entendimento Restrito*.

Na análise deste grupo, foi identificada a participação expressiva de empresas de serviços (Amil, Anhanguera, Dasa, Localiza, Mills, Multiplus, Porto Seguro, Qualicorp, Santos Brasil e Sul América), com destaque para imobiliárias (Multiplan, BR Properties, Iguatemi), fornecimento de eletricidade, gás e água (Casan, CEG, Comgas, Cosan, EDP e Light), e empresas do setor do comércio (Hypermarcas, Lojas Americanas, Lojas Marisa, Raia Drogaria e Via Varejo).

O terceiro grupo, denominado *Entendimento Confuso*, foi formado por empresas que entendem RSC de forma ambígua. Essas empresas foram agrupadas separadamente daquelas que entendem de forma ampla e de forma restrita RSC, em função de apresentarem um conceito confuso da matéria. Neste grupo foram encontrados diversos desvios que demonstraram por sua ocorrência que, embora algumas empresas constantes da lista tenham práticas de amplo alcance, elas não teriam o entendimento do conceito de RSC abrangente e nem restrito.

Essa classificação surgiu espontaneamente, por exclusão, em função de informações e mensagem que chamaram a atenção nos documentos analisados. A análise feita foi fruto de uma pesquisa detalhada e revelou alguns desvios de conceito ou falhas conceituais que, em uma leitura mais expedita, talvez pudessem passar despercebidos.

Na fase de coleta e análise dos dados, conceitos, que se desviavam do esperado de um relatório que retrata as atividades de responsabilidade social, foram catalogados à medida que eram percebidos na leitura. Por diversas vezes, as informações levantadas foram reavaliadas e

discutidas à luz das teorias de RSC. Aos poucos, foram agrupadas categorias e esse trabalho de reafirmar e de analisar novamente o entendimento foi um processo contínuo ao longo da pesquisa.

Dessa forma, a seguir (**Figura 5**) são apresentados e discutidos os desvios identificados nos relatórios que fogem ao conceito de RSC, ou, pelo menos, da maneira como estão expostos, podem gerar outros entendimentos.

1º DESVIO	Divulgação de ações voluntárias de forma ambígua.
2º DESVIO	Disponibilização de crédito a consumidores de baixa renda com caráter social.
3º DESVIO	Doações para campanhas políticas com caráter social.
4º DESVIO	Divulgação de multas, termos de ajustamento de conduta, indenizações e compensações na forma de ação social.

Figura 5: Desvios Identificados em Relatórios Sociais.

O primeiro desvio de conceito (**Figura 5**), e o mais comum evidenciado nas informações, foi a divulgação de ações voluntárias, que, quando colocadas em uma seção do relatório que trata exclusivamente dos programas sociais efetivados da empresa, dão a impressão errônea de que essas ações foram realizadas diretamente pela empresa, e não por voluntários, que na maioria das vezes são os funcionários.

Alguns exemplos podem ser citados sobre o trabalho voluntário que é relatado como uma ação social da empresa, tais como: doação de brinquedos feita pelos funcionários no Natal (Relatório Anual da Gerdau, 2010: 34); doação de sangue dos funcionários (Indicadores de Sustentabilidade do Santander, 2011: 11); curso com aulas ministradas por funcionários voluntários, em suas horas vagas, para jovens e adultos da comunidade (Relatório Anual da Ultrapar, 2011: 29); e engajamento em causas sociais com recursos de doações de terceiros (Indicadores de Sustentabilidade do Santander, 2011: 19).

A ambiguidade está, por exemplo, na divulgação de trabalho voluntário de seus funcionários, doação de sangue dos funcionários e doações de terceiros como se fossem ação socioambiental da empresa. Neste caso, não se trata de a empresa apoiar e estimular ações voluntárias, este não é o ponto em questão, visto que o incentivo ao trabalho voluntário é reconhecido também como uma forma de contribuição. O fato é que alguns grupos

empresariais divulgam essa informação, normalmente, dentro de um item de contribuições para a sociedade, juntamente a diversos projetos, programas e iniciativas, levando o leitor a um entendimento errôneo entre o que é ação social de fato praticada pela empresa e o que foi praticado voluntariamente por seus funcionários.

O trecho destacado a seguir trata de um trabalho voluntário de funcionários da Telefônica Brasil que o fazem durante suas férias e está divulgado na seção Impacto social. Nota-se que a mensagem pretendida demonstra-se confusa. Fica-se sem entender de quem é o mérito da ação, se do funcionário, que abdica de três semanas de suas férias, ou da empresa, que estimula essa prática. A seguir destaca-se o fragmento de discurso em questão:

“Outro destaque do programa é o Solidariedade nas Férias, projeto global destinado a valorizar o espírito solidário entre os colaboradores, estimulando a realização de atividades voluntárias em suas férias em outros países da América Latina. Em 2011, foram selecionados três colaboradores brasileiros, que atuaram por três semanas em ONGs apoiadas pelo programa Pró-Menino no Panamá, Venezuela e El Salvador.” (Relatório Anual e de Sustentabilidade da Telefônica, 2011: 36) (*grifo meu*)

Da mesma forma, outro texto que desperta questionamentos é o da Gerdau, cujo conteúdo, iniciado com a expressão “reforçamos a nossa atuação junto às comunidades”, dá grande destaque à participação de colaboradores voluntários, confundindo ações da empresa e voluntariado, conforme a seguir:

“Durante o exercício, também reforçamos a nossa atuação junto às comunidades, não somente por meio da realização de investimentos sociais crescentes, mas também com a participação ativa de aproximadamente 9,5 mil colaboradores voluntários, que dedicam parte do seu tempo para transferir conhecimentos a diversas organizações sociais”. (Relatório Anual da Gerdau 2011: 4) (*grifo meu*)

O próximo trecho destacado que ocorreu com frequência nos relatórios se refere às doações de terceiros divulgadas como se fossem ações sociais da empresa. Talvez o exemplo mais ilustrativo desse grupo seja o fragmento de discurso constante do relatório do Itaú Unibanco S/A que coloca que a sua marca Hipercard é a maior doadora de uma instituição, quando na leitura do parágrafo, percebe-se que os doadores foram os clientes do cartão:

“A marca Hipercard é a maior doadora da Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD). Em 2010, a campanha de sensibilização para clientes doarem recursos pelo cartão conseguiu arrecadar R\$ 4 milhões.”

(Relatório Anual e de Sustentabilidade do Itaú Unibanco, 2010: 68) (*grifo meu*)

O segundo desvio identificado (**Figura 5**) foi a divulgação, por instituições financeiras analisadas, da disponibilização de crédito a consumidores de baixa renda com caráter de ação social. Bancos e operadoras de cartão de crédito divulgam o microcrédito como um bem à sociedade, alegando que o serviço é social na medida em que fomenta as classes mais baixas que antes não tinham acesso a crédito. No entanto, há uma cobrança de juros pelo empréstimo, e, em alguns casos, de até 4% ao mês (como é o caso do Itaú Unibanco, Redecard e Bradesco), o que leva a taxas anuais de cerca de 60%, conforme pesquisa realizada nas *homepages* dessas instituições financeiras. Além disso, vale acrescentar que esse nicho de mercado vinha sendo já explorado por pequenas financiadoras e, recentemente, tornou-se de interesse de instituições maiores.

Ainda em instituições financeiras, foi evidenciado o terceiro desvio (**Figura 5**) que trata da divulgação de doações para campanhas políticas com caráter social. Bancos defendem que apoiar a campanha de candidatos escolhidos por eles é fomentar a democracia, sendo assim uma contribuição da instituição para a sociedade. A título de ilustração é apresentado o exemplo do Banco Santander:

“O Santander acredita no fortalecimento da democracia e na transparência do processo político como forma de contribuir para o desenvolvimento da sociedade brasileira. Por isso, apoia partidos políticos para a manutenção das atividades destes, sendo que os valores doados estão dentro dos limites impostos pelas leis brasileiras e são informados ao público pelo site do Tribunal Superior Eleitoral (TSE).” (Indicadores de Sustentabilidade do Santander, 2011: 47)

Vale esclarecer que não há nada de errado em empréstimos a pessoas com baixa renda ou doações para campanhas políticas. Não se trata de um julgamento sobre o mérito da ação, apenas está sendo questionada a prática com caráter de ação social. No fornecimento de microcrédito há interesses de rentabilidade, de posicionamento de mercado, ganho de *market-share*, conquista de novos clientes e outras diversas ações estratégicas envolvidas. Da mesma forma, há no apoio a partidos políticos e candidatos um especial interesse político nesta ação em retorno. Assim, o que se busca nesta pesquisa é o desvio na forma como a informação é colocada nos relatórios, que pode levar a um entendimento equivocado do que de fato é ação socioambiental e do que de fato é material publicitário.

O quarto desvio (**Figura 5**) e talvez o mais grave seja divulgar multas, termos de ajustamento de conduta e compensações por danos causados na forma de ação socioambiental. Em alguns casos não só a explicação do fato ocorrido estava na seção de ações socioambientais, programa para a comunidade, podendo gerar interpretações duvidosas, como o valor gasto estava somado ao total de investimento anual para a sociedade ou meio ambiente. Este é o caso da Copel que soma em seu balanço social “indenização para comunidades indígenas” na relação de investimentos sociais externos (Relatório Anual de Gestão e Sustentabilidade da Copel, 2011:110) e da Eletrobras que soma, aos investimentos sociais e ambientais, gastos com “passivos e contingências ambientais” e “reassentamento de família” (afetadas por suas operações) (Relatório Anual da Eletrobras, 2010: 126 e p. 153).

Assim, no grupo *Entendimento Confuso*, ficaram as empresas que em algum momento manifestaram desvios em suas ações e em seu material divulgado. Vale ressaltar que algumas organizações classificadas no Grupo *Entendimento Confuso* têm tradição e propostas sólidas em RSC, mas apresentaram eventos ambíguos que confundem RSC com ações voluntárias de funcionários, doações repassadas de clientes, doações para campanha política, empréstimos a pessoas de baixa renda, e pagamento de multas e indenizações com ações sociais e ambientais corporativas.

Como resultado da análise desse terceiro grupo, 23 empresas foram enquadradas em *Entendimento Confuso*. O **Quadro 9** a seguir relaciona as empresas analisadas:

ENTENDIMENTO CONFUSO		
Banrisul	Copel	Sanepar
BR Malls Participações	Ecorodovias	Santander
BR Properties	Eletrobras	TAESA
Bradesco	Gerdau	Telefônica Brasil
Banco do Brasil	Guararapes	Transmissão Paulista
CCR S/A	Itaú Unibanco	Ultrapar
Cesp	NET	Vale Paranapanema
Cetip	Redecard	

Quadro 9: Relação de Empresas do Grupo *Entendimento Confuso*.

Neste quadro, a principal observação é a de que há uma concentração de instituições financeiras, com seis representantes (Banrisul, Bradesco, Banco do Brasil, Itaú Unibanco,

Redecard e Santander), seguida de seis representantes do setor elétrico (Cesp, Copel, Eletrobras, TAESA, Transmissão Paulista e Vale Parapanema).

Basicamente, os agrupamentos de entendimento foram construídos levando-se em consideração o grau de participação dos conceitos de RSC nos valores, missões e rotinas diárias percebidos na análise dos documentos. Os dois primeiros grupos, *Entendimento Amplo* e *Entendimento Restrito*, dizem respeito ao grau de engajamento e as mensagens sobre RSC. Participam do Grupo *Entendimento Confuso* somente aquelas empresas cujo conceito se demonstrou ambíguo. Vale reforçar que há neste último grupo algumas organizações com ações socioambientais de grande escala, mas como demonstraram desvios conceituais foram enquadradas em *Entendimento Confuso*.

4.2 Responsabilidade Social Corporativa: As Práticas Organizacionais

Um dos desafios encontrados na pesquisa foi não misturar a prática com o entendimento. Ou seja, algumas empresas têm entendimento amplo e foram enquadradas no primeiro grupo, mas praticam ainda de forma restrita ou têm pouca ou nenhuma ação voltada para responsabilidade social corporativa. Outras empresas têm um entendimento confuso, mas praticam de forma ampla. Dessa forma, esse item tem como proposta a análise da prática dessas empresas em RSC partindo-se dos mesmos documentos analisados.

Para tanto, a proposta foi realizar uma análise exploratória de como as 100 empresas praticam RSC e quais são as ações mais comuns escolhidas por elas. Com esta avaliação, chama-se atenção para as práticas de governança corporativa e códigos de conduta que são relatados em quase todos os documentos analisados. Alguns conteúdos encontrados nos relatórios reforçam conceitos de transparência, apresentam análise de risco e estabelecem padrões de comportamento. Esta constatação corrobora para o alinhamento das práticas de Responsabilidade Social Corporativa e Governança. Segundo Jo e Harjoto (2011), RSC é um complemento das ações de governança, na medida em que os mecanismos de governança e monitoramento percebem positivamente as ações de RSC em resolução de conflitos com várias partes.

Das 100 empresas da amostra, 98 explicitam seus padrões de Governança nos relatórios. Apenas duas empresas, de todas analisadas, a Companhia de Água (Casan) e a Companhia de Saneamento do Paraná (SANEPAR), não têm estabelecido padrões de governança corporativa, códigos de conduta ou comitês de ética. Em 2006, 84 das 100 empresas já tinham regras estabelecidas de governança corporativa.

As práticas de governança corporativa tiveram forte incentivo da Bolsa de Valores brasileira, que lançou, em dezembro de 2000, o Novo Mercado e os níveis diferenciados de governança, e da Comissão de Valores Imobiliários, em 2001, com a nova Lei das Sociedades Anônimas (Lei nº 10.303/2001).

Ainda na observação das práticas de RSC, outro destaque é a adesão a programas de instituições reconhecidas. O programa com o maior número de adesões é o Pacto Global (ou Global Compact), que é uma iniciativa das Nações Unidas lançada oficialmente desde 2000. Da amostra selecionada, 44 empresas são signatárias do Pacto atualmente. Sua adesão representa a declaração por parte das empresas de assunção de compromissos na adoção, em suas práticas de negócios, de valores fundamentais e internacionalmente aceitos refletidos. O Pacto Global estabelece 10 princípios que deverão ser seguidos, subdivididos nas áreas de direitos humanos, relações de trabalho, meio ambiente e combate à corrupção, conforme abaixo apresentados:

“Direitos Humanos

- 1) As empresas devem apoiar e respeitar a proteção de direitos humanos reconhecidos internacionalmente; e
- 2) Assegurar-se de sua não participação em violações destes direitos.

Trabalho

- 3) As empresas devem apoiar a liberdade de associação e o reconhecimento efetivo do direito à negociação coletiva;
- 4) A eliminação de todas as formas de trabalho forçado ou compulsório;
- 5) A abolição efetiva do trabalho infantil; e
- 6) Eliminar a discriminação no emprego.

Meio Ambiente

- 7) As empresas devem apoiar uma abordagem preventiva aos desafios ambientais;
- 8) Desenvolver iniciativas para promover maior responsabilidade ambiental;
- e
- 9) Incentivar o desenvolvimento e difusão de tecnologias ambientalmente amigáveis.

Contra a Corrupção

10) As empresas devem combater a corrupção em todas as suas formas, inclusive extorsão e propina.” (Pacto Global, 2012)

No Brasil, o Pacto Global conta com atualmente 485 participantes (segundo dados extraídos da *homepage* do Pacto Global em dezembro de 2012). A empresa para ser signatária assina um termo e deve assim comunicar seu progresso anualmente, detalhando as medidas tomadas para o cumprimento medidas e progressos obtidos como signatária.

A pesquisa revelou também que esse movimento de adesão é de certa forma recente. Em 2005, das 100 empresas pesquisadas, apenas 14 tinham estabelecido oficialmente compromissos com programas e pactos. Os anos de maior adesão foram 2007 e 2008, quando 14 novas organizações passaram a ser signatárias do Pacto Global.

Outra observação interessante das práticas de RSC é quanto ao engajamento voluntário aos modelos de divulgação de informações. Atualmente, 61 empresas da amostra aderem a um modelo de publicação de informações, escolhendo entre o sugerido pelo Global Reporting Initiative (GRI) ou seguindo o modelo IBASE. Até 2005, apenas cinco empresas da amostra publicavam seus relatórios pelo padrão GRI. Entre 2006 e 2009, 36 empresas passaram a publicar seus relatórios com base no índice remissivo do GRI. Vale lembrar que em 2005 a BM&FBovespa passou a exigir a adoção do GRI para aquelas empresas que queiram se habilitar a participar do índice de sustentabilidade.

Para prosseguimento da análise, utilizou-se a estrutura do agrupamento dos investimentos de balanço social proposta pelo IBASE, por facilitar a identificação das práticas mais comuns em função de áreas de atuação, se internas ou externas à empresa. A **Figura 6** apresenta um esquema com base no modelo IBASE e nas estruturas como os relatórios são apresentados:

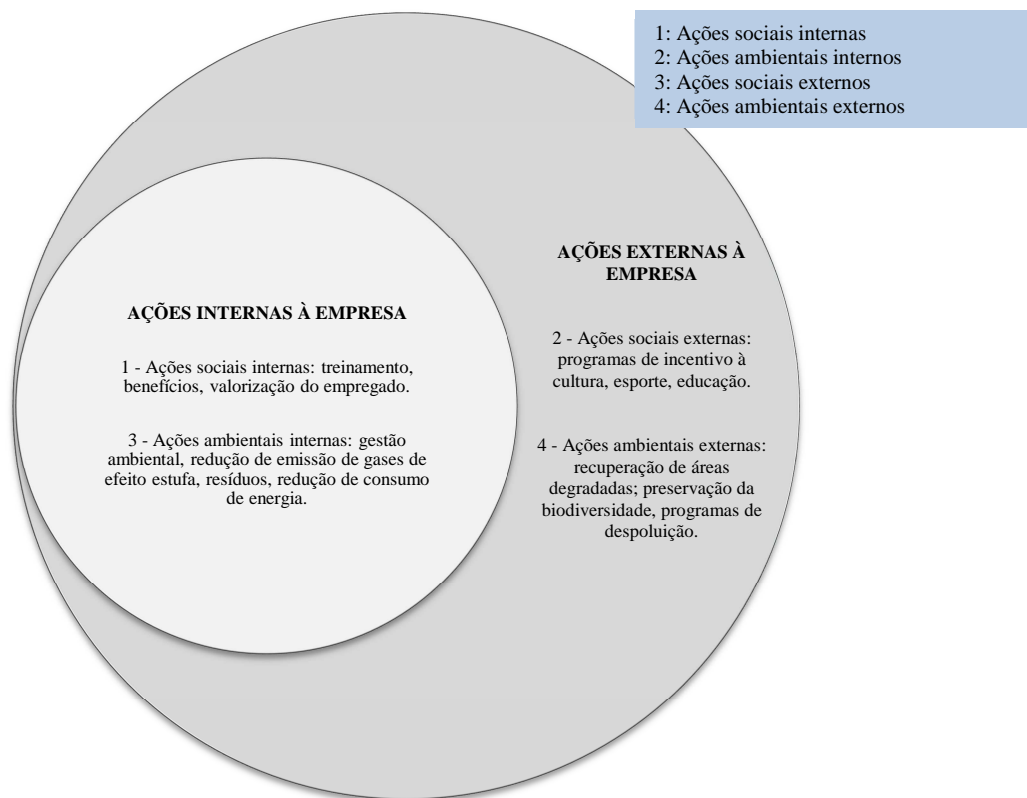


Figura 6: Esquema de Atuação em Responsabilidade Social Corporativa.

Fonte: Elaboração própria com base no modelo IBASE.

As ações de responsabilidade social corporativa, segundo o modelo do IBASE, podem ser classificadas assim em quatro itens principais: i) ações sociais internas; ii) investimentos ambientais relacionados à produtividade ou à operação da empresa (ambientais internas); iii) ações sociais externas; e iv) investimentos ambientais em programas e/ou projetos ambientais externos. Dessa forma existe uma divisão entre o que é prática interna e de benefício direto da empresa e o que é prática externa de atuação direta na comunidade e no meio ambiente.

As ações mais comuns identificadas em quase todas as companhias são as sociais internas que se referem a gastos em treinamento, capacitação, valorização e motivação de seus funcionários e pagamento de benefícios. Todas as empresas analisadas têm, mesmo que de forma tímida, alguma iniciativa quanto aos funcionários, sendo que 19 empresas das 100 pesquisadas só desempenham atividades sociais internas, não estendendo a sua atuação para além do público interno.

As ações ambientais interna também são comuns, elas se referem à gestão de risco, minimização de impactos ambientais, programa de gestão de indicadores ambientais, ações de controle e redução de emissões de gases do efeito estufa e resíduos, utilização de materiais e água, e outras ações ligadas à mitigação de riscos. Esses investimentos atuam de forma a melhorar a eficiência operacional e reduzir eventuais passivos ambientais. Essas ações são relacionadas à produtividade ou à operação da empresa.

O termo externo é utilizado para ações que de fato ultrapassam a fronteira da empresa (**Figura 6**). Nos investimentos sociais externos, as práticas mais comuns são os programas de profissionalização de jovens, apoio e parcerias em escolas, ações culturais e esportivas, doações a diversas instituições e programas na área da saúde. Essas ações sociais são implementadas pela própria empresa, patrocinadas ou por meio de parcerias. A origem dos recursos pode ser em função de incentivos fiscais ou desembolso próprio. Inclusive, algumas empresas se preocupam em demonstrar e fazer diferenciação entre o que foi investido na área social com base em leis de incentivo fiscal (Lei Rouanet de Incentivo à Cultura, Lei do Audiovisual, Lei de Incentivo ao Desporto, Fundo Social da Criança e do Adolescente) e o que é originário de investimentos próprios.

A pesquisa identificou que 75 empresas das 100 pesquisadas realizam atualmente investimentos sociais externos, ainda que algumas empresas não divulguem os valores investidos e destinados à causa. Em 2006, esse total era constituído por 67 empresas da amostra, sendo que cinco, que à época realizavam ações em RSC, descontinuaram essa atuação, não sendo registrada, nos anos de 2010 e 2011, qualquer programa social externo.

Na área ambiental externa, os programas de recuperação de áreas degradada, reflorestamento, preservação de reservas ambientais, mananciais, programas de biodiversidade são as ações mais realizadas. Atualmente, apenas 35 empresas têm investimentos nesta área. Em 2006 eram 32 empresas das 100 que tinham projetos ambientais, sendo que cinco descontinuaram os investimentos em 2006, não apresentando atuação em projetos de meio ambiente externos entre 2010 e 2011. As empresas com mais propostas e projetos em meio ambiente externo estão concentradas no setor de petróleo, banco, energia, papel e celulose.

Ainda quanto à análise da atuação em projetos ambientais, na observação da amostra foi evidenciado que algumas empresas pagam mais em multa por violação de procedimentos e prejuízos ambientais do que investem em minimização de passivos e melhoria das práticas de Responsabilidade Social Corporativa. Este é o caso da TIM, que pagou em 2011 três vezes mais em multa por danos ambientais do que investiu em projetos de minimização de riscos. A Energia BR também pagou em multa ambiental, em 2011, duas vezes mais do que investiu no ano.

Há diversas empresas nesta situação, que receberam multas por danos ambientais, ou tiveram que firmar termos de ajustamento de condutas ou mecanismos de compensação, mas poucas divulgam os valores pagos. Algumas empresas divulgaram vazamentos de produtos e matérias-primas e número de autuações ou infrações cometidas no ano, mas não divulgaram valores. Neste caso está a Petrobras, que informou terem ocorridos 66 vazamentos no ano de 2011 sem informar o valor pago em multa (Relatório de Sustentabilidade da Petrobras, 2011: 92). Em 2010, há registro do pagamento pela empresa de R\$ 80,5 milhões em multa e 21 autos de infração.

Ainda quanto às observações das práticas de Responsabilidade Social Corporativa, cabe registrar que apenas 59 empresas das 100 pesquisadas divulgam valores investidos em práticas de RSC. As demais divulgam apenas ações e programas, sem dar a dimensão do montante investido.

Após a leitura do conteúdo dos relatórios sociais publicados pelas 100 empresas da amostra, bem como a observação das principais práticas de RSC pelas companhias estudadas, foi possível classificar as empresas em três grupos distintos categorizados da seguinte forma, segundo o grau de engajamento com a causa: *Comprometimento Alto*; *Comprometimento Médio*; e *Comprometimento Baixo*. A **Figura 7** ilustra os grupos criados:



Figura 7: Agrupamento por Grau de Comprometimento em Responsabilidade Social Corporativa.

No Grupo *Comprometimento Alto* ficaram empresas com ações, tanto externas (investimentos sociais externos e investimentos em programas e/ou projetos ambientais externos) quanto socioambientais internas. A **Figura 8** a seguir ilustra as áreas de atuação desse grupo:

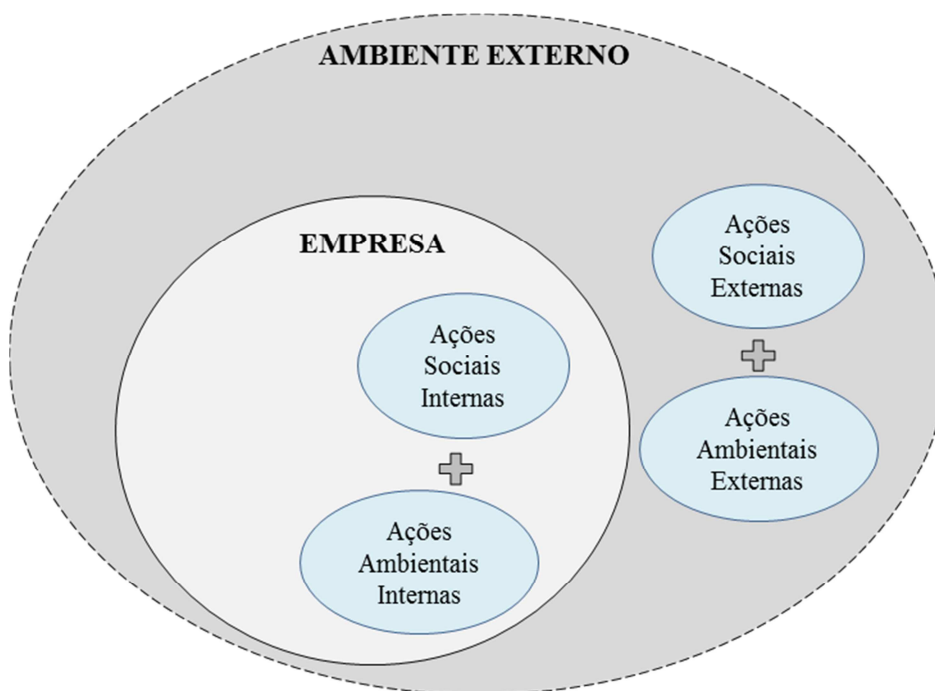


Figura 8: Ilustração das Áreas de Atuação do Grupo *Comprometimento Alto*.

Neste grupo foram enquadradas 35 empresas, relacionadas no **Quadro 10** a seguir:

COMPROMETIMENTO ALTO		
AES Tiete	CPFL Energia	Pão de Açúcar (CBD)
Alpargatas	CTEEP (Transmissão Paulista)	Petrobras
Ampla Energia	Duralex	Sabesp
Banco do Brasil	Elektro	Sanepar
Banrisul	Eletrobras	Santander
Bradesco	Fibria	Souza Cruz
Braskem	Gerdau	Suzano Papel
BRF Foods	Itaú Unibanco	Tam S/A
CEMIG	Klabin	Tractebel
Cesp	MRV	Usiminas
Coelba	Natura	Vale
Copasa	Neoenergia	

Quadro 10: Relação de Empresas do Grupo *Comprometimento Alto*.

Uma observação interessante desse grupo é que quase todas as instituições financeiras que foram anteriormente enquadradas no que se refere ao entendimento como confuso (**Quadro 9**), quando avaliada a prática, se situaram na classificação de alto comprometimento.

No Grupo *Comprometimento Médio*, foram classificadas empresas cujo foco dos investimentos de RSC é mais voltado para ações internas, com algumas iniciativas em projetos sociais externos (como programas de incentivo à cultura, esporte, educação, doações) ou investimentos externos (gestão ambiental, redução de resíduos e outros), mas sem atuação conjunta nas duas áreas. A **Figura 9** a seguir ilustra as áreas de atuação desse grupo:

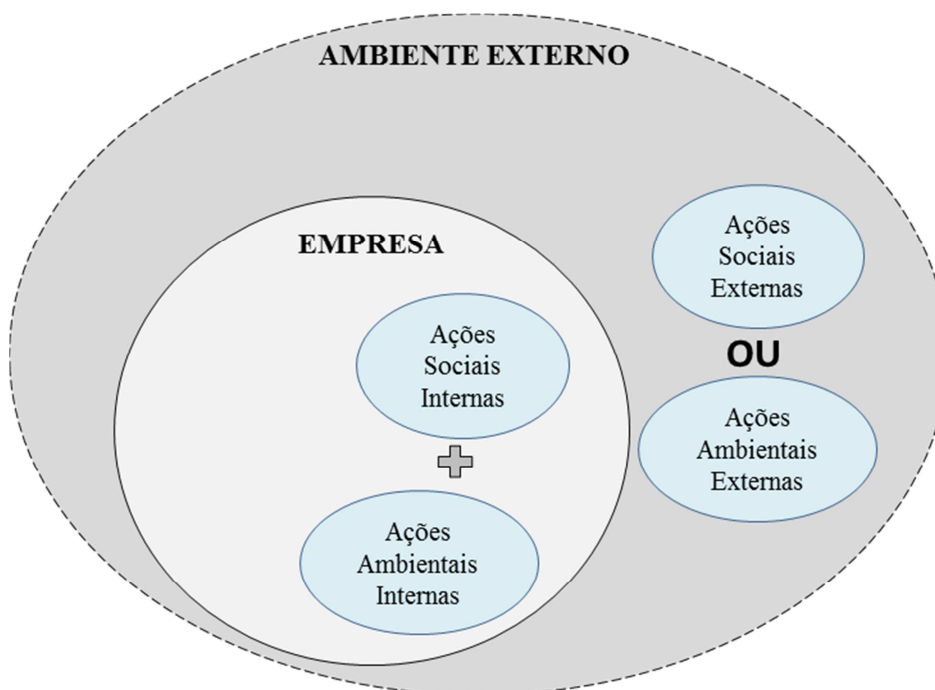


Figura 9: Ilustração das Áreas de Atuação do Grupo *Comprometimento Médio*.

Na classificação desse grupo ficaram empresas que embora apresentem ações sociais internas e programas ambientais internos de melhoria de eficiência e redução de emissão de resíduos, apresentam iniciativas de investimentos em projetos sociais externos ou em meio ambiente externos à empresa.

Neste grupo foram enquadradas 36 empresas, relacionadas no **Quadro 11** a seguir:

COMPROMETIMENTO MÉDIO		
Ambev	EDP (Energias Brasil)	Oi
Amil	Embraer	Porto Seguro
Anhanguera	Fleury	Raia Drogarias
BMF Bovespa	JBS	Redecard
CCR S/A	Light S/A	Santos Brasil
Ceg	Lojas Renner	Sid Nacional
Cia Hering	Marcopolo	Sul América
Cielo	Marfrig	TAESA
Comgas	MPX Energia	Telefônica Brasil
Copel	Multiplan	Tim Participações S/A
Cyrela Realty	OGX	Ultrapar
Ecorodovias	OHL Brasil	Weg

Quadro 11: Relação de Empresas do Grupo *Comprometimento Médio*.

As empresas que apresentaram somente práticas sociais internas ou ambientais internas foram classificadas no Grupo *Comprometimento Baixo* com pouco comprometimento com responsabilidade social. A **Figura 10** a seguir ilustra as áreas de atuação desse grupo:

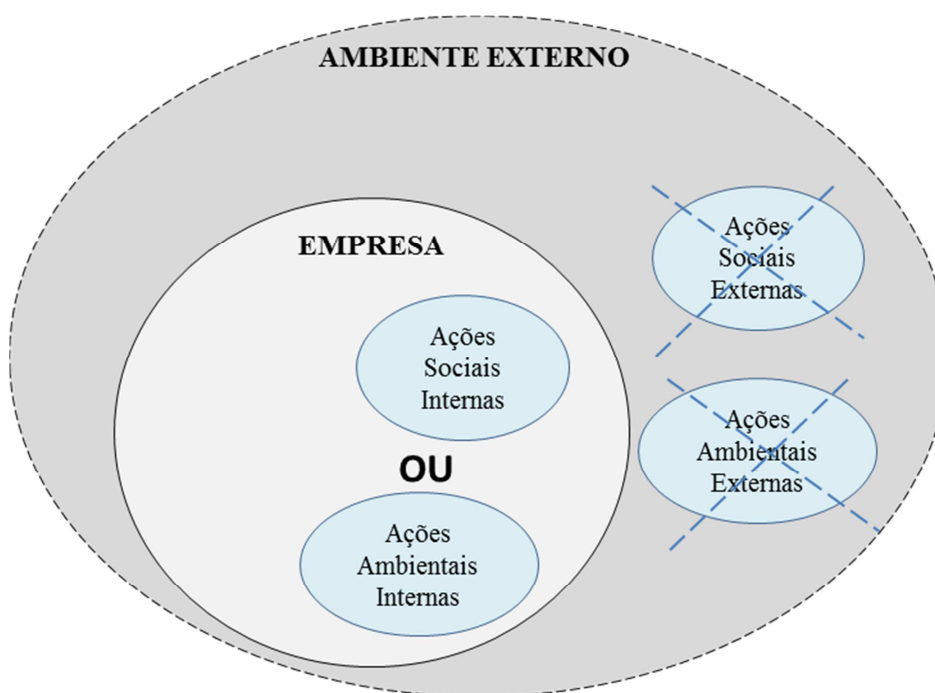


Figura 10: Ilustração das Áreas de Atuação do Grupo *Comprometimento Baixo*.

Neste grupo foram enquadradas 29 empresas, relacionadas no **Quadro 12** a seguir:

COMPROMETIMENTO BAIXO		
BR Malls Participações	Hypermarcas	Odontoprev
BR Properties	Iguatemi	OSX Brasil
Casan	Localiza	PDG Realty
Cetip	Lojas Americanas	Qualicorp
Cosan	Lojas Marisa	Totvs
Dasa	M. Dias Branco	Vale Paranapanema
Embratel Participações	Mills	Via Varejo
Eztec	MMX Miner	Whirlpool
Grendene	Multiplus	

Quadro 12: Relação de Empresas do Grupo *Comprometimento Baixo*

Extraí-se da classificação por grau de comprometimento uma distribuição equiparada em número de empresas enquadradas. O grupo com menos representação foi o com *Comprometimento Baixo*. Também nota-se uma distribuição aleatória da participação de empresas por tamanho e por setor, mesmo consideradas áreas mais sujeitas a regulação, e submetidas a legislações mais rígidas de controle de impactos. Dessa forma, não foi verificada uma associação entre prática de RSC e setor de atividades ou tamanho da empresa.

5 DISCUSSÃO: ENTENDIMENTO E PRÁTICA À LUZ DA TEORIA

Na análise do conteúdo e das informações contidas nos documentos publicados pelas empresas, constatou-se que apesar de algumas indicarem um entendimento amplo do conceito de RSC, praticam de forma restrita. Outras, embora tenham um conceito confuso, apresentam práticas com alto grau de comprometimento, denotando-se um descompasso entre entendimento e prática.

Vale ressaltar que a análise por entendimento do conceito, que partiu de Carroll (1991) e Banerjee (2007), foi feita de forma apartada da análise pelo grau de comprometimento, que se baseou nos critérios do modelo proposto pelo IBASE (**Figura 6**). Em função desses descompassos, e achados, a princípio, até opostos, as categorias foram então cruzadas para uma nova avaliação. Neste sentido, a proposta foi discutir a junção entre entendimento e prática a fim de se verificar grupos considerados de excelência, grupos em desenvolvimento e achados divergentes.

Para esquematizar a análise realizada foi gerado, assim, um quadro sinóptico a partir das categorias criadas, formando-se nove combinações que levaram em consideração os dois aspectos estudados. O **Quadro 13** a seguir apresenta esta combinação com a distribuição das 100 empresas da amostra:

		COMPROMETIMENTO		
		ALTO	MÉDIO	BAIXO
ENTENDIMENTO	AMPLO	[25 empresas] AES Tiete, Alpargatas, Ampla Energia, Braskem, BRF Foods, CEMIG, Coelba, Copasa, CPFL Energia, Duratex, Elektro, Fibria, Klabin, MRV, Natura, Neoenergia, Pão de Açúcar (CBD), Petrobras, Sabesp, Souza Cruz, Suzano Papel, Tam S/A, Tractebel, Usiminas e Vale	[11 empresas] BMF Bovespa, Cia Hering, Cielo, Cyrela Realty, Embraer, Fleury, JBS, Lojas Renner, MPX Energia, OGX e Oi	[4 empresas] Embratel Participações, M. Dias Branco, Odontoprev e Whirlpool
	RESTRITO	---	[18 empresas] Ambev, Amil, Anhanguera, Ceg, Comgas, EDP (Energias Brasil), Light S/A, Marcopolo, Marfrig, Multiplan, OHL Brasil, Porto Seguro, Raia Drogarias, Santos Brasil, Sid Nacional, Sul América, Tim Participações S/A e Weg	[19 empresas] All América Latina, Casan, Cosan, Dasa, Eztec, Grendene, Hypermarchas, Iguatemi, Localiza, Lojas Americanas, Lojas Marisa, Mills, Miner MMX, Multiplus, OSX Brasil, PDG Realty, Qualicorp, Totvs e Via Varejo
	CONFUSO	[10 empresas] Banco do Brasil, Banrisul, Bradesco, Cesp, CTEEP (Transmissão Paulista), Eletrobras, Gerdau, Itaú Unibanco, Sanepar e Santander	[7 empresas] CCR S/A, Copel, Ecorodovias, Redecard, TAESA, Telefônica Brasil e Ultrapar	[6 empresas] BR Malls Participações, BR Properties, Cetip, Guararapes, NET, Vale Parapanema

Quadro 13: Combinação entre Entendimento e Comprometimento em RSC.

Na combinação *Entendimento Amplo* e *Comprometimento Alto*, está concentrado o maior número de empresa, totalizando 25 das 100 observadas. Neste enquadramento estão empresas atualmente engajadas, com tradição em ações das áreas de RSC e propostas e programas reconhecidos na área. No geral, este grupo se destaca pela grande participação de empresas cujas atividades são de alto impacto social e ambiental como a Petrobras, dez representantes do setor de energia, gás e água, três de papel e celulose (AES Tietê, Ampla, Cemig, Coelba, Copasa, CPFL, Elektro, Neoenergia, Sabesp e Tractebel), três representantes do setor de papel e celulose (Fibria, Klabin e Suzano), e duas importantes empresas de mineração (Usiminas e Vale).

Na combinação *Entendimento Amplo e Comprometimento Médio*, estão 11 empresas que embora entendam de forma ampla o conceito, as suas ações sociais ou ambientais se restringem a investimentos internos e pouca prática externa. Um exemplo ilustrativo deste grupo é a JBS S/A, que apesar de ter ações sociais externas em educação, os seus investimentos em responsabilidade ambiental se restringem a ações internas, como gestão de emissões de gases do efeito estufa, redução de resíduos sólidos e do consumo de energia.

Na combinação *Entendimento Amplo e Comprometimento Baixo*, estão quatro empresas. O exemplo talvez que represente melhor esse grupo é o da M. Dias Branco S/A Indústria e Comércio de Alimentos, que em suas informações transparece um conceito abrangente de RSC, mas tem pouca ou nenhuma prática em responsabilidade social. A seguir, é destacado um fragmento do seu discurso de RSC:

"O Grupo exerce um importante papel de cidadania corporativa, implementando ações continuadas de desenvolvimento das comunidades interna e externa. A cada ano busca-se aprimorar as ações e fortalecer os valores da Companhia na ética e transparência, principalmente, no relacionamento com todos os seus *stakeholders*: investidores/acionistas, clientes, colaboradores, meio ambiente, governo, comunidade/sociedade e fornecedores." (Demonstrações Financeiras da M. Dias Branco, 2011: 11)

As quatro empresas que foram enquadradas nesta combinação deixaram a desejar na qualidade das informações, pois é identificada pouca ou nenhuma prática, ou não são identificados valores ou ações consistentes. Fato este que se aponta contraditório com a abordagem sustentada por essas companhias.

A combinação *Entendimento Restrito e Comprometimento Alto*, como verificado no **Quadro 13**, não teve empresa enquadrada, não sendo identificadas na análise documental empresas que embora apresentem uma abordagem restrita, demonstram-se altamente compromissadas, com ações de alcance externo à empresa, tanto no âmbito social e quanto ambiental. Isto pode demonstrar em princípio dois aspectos, uma veracidade no conteúdo e uma coerência entre entendimento e ação.

Na combinação *Entendimento Restrito e Comprometimento Médio*, estão 18 empresas. O exemplo selecionado foi o da Ambev, que demonstra uma visão do conceito de RSC mais voltada a ações internas de treinamento e não realiza investimentos ambientais externos:

"Contribuímos para o fortalecimento da economia em todos os países onde atuamos. Geramos empregos, pagamos impostos e ajudamos as comunidades a crescer." (Relatório Anual da Ambev, 2011: 22)

Na combinação *Entendimento Restrito e Comprometimento Baixo*, estão 19 empresas consideradas com baixa atuação e um entendimento em menor escala, inclusive com a divulgação de suas ações. Neste grupo estão empresas nas quais não constam projetos e investimentos claros nos relatórios, bem como indicadores e valores. O texto a seguir foi extraído das Lojas Americanas S/A e apresenta um conceito de RSC voltado para ações internas a funcionários:

"A Lojas Americanas é reconhecida no mercado por gerar oportunidades e desenvolver internamente seus profissionais. Além disso, levamos produtos de qualidade a preços justos a municípios que tinham pouco ou nenhum acesso à variedade oferecida pela nossa Companhia, melhorando sua qualidade de vida de forma ética e responsável." (Relatório Anual *On Line*, 2011)

Nesta combinação, caso fossem levadas em consideração apenas os documentos de 2006 e 2007, este enquadramento seria formado por 32 empresas se empregados os mesmos critérios utilizados na pesquisa. O fato de essa combinação ter registrado um esvaziamento nos últimos cinco anos, levanta a discussão se RSC tem aumentado ou não em importância e alcance para as organizações.

A combinação *Entendimento Confuso e Comprometimento Alto* é constituída por empresas que entendem de forma ambígua o conceito de RSC, mas este aspecto não impacta o alcance de suas ações. Isto foi, de certa forma, percebido na divulgação das informações quando foram verificados desvios. Nos documentos dessas empresas há o entendimento de que recursos doados para campanha política são ações sociais ou que doação de sangue dos funcionários é ação social da empresa. Também estão neste agrupamento instituições financeiras que entendem o crédito concedido a pessoas de baixa renda como ação social ou inclusão social. O exemplo destacado para representar esse agrupamento foi extraído do

relatório do Itaú Unibanco, sendo importante ressaltar que as taxas cobradas no microcrédito, pesquisadas no *site* da instituição, chegam a 4% ao mês, ou 60% ao ano:

"O Itaú Microcrédito é um dos segmentos que melhor refletem nosso papel de agente de transformação na sociedade, pois fornece empréstimos a pessoas com pouco ou nenhum acesso ao sistema financeiro tradicional, em locais que abrigam populações economicamente vulneráveis." (Relatório Anual e de Sustentabilidade do Itaú Unibanco, 2011: 62)

A combinação *Entendimento Confuso* e *Comprometimento Médio* é formada por empresa com entendimento ambíguo e com ações restritas. A análise dos documentos evidenciou a realização de ações locais, pontuais, descontinuadas por esse grupo de empresas. Não se percebeu um compromisso com responsabilidade social corporativa e ao mesmo tempo foram identificados desvios. Para exemplificar esse grupo foi selecionado o caso da Companhia Paranaense de Energia S/A (Copel), que incluiu indenização paga para comunidades indígenas como investimentos em responsabilidade social externa (Relatório Anual de Gestão e Sustentabilidade da Copel, 2011: 110).

Na última combinação formada por *Entendimento Confuso* e *Comprometimento Baixo*, estão seis empresas, que foram percebidas com o entendimento do conceito ambíguo sobre RSC, e com ações descompromissadas com o tema. Estas empresas enquadradas nesta combinação apresentam pouca ou nenhuma prática em RSC. Na combinação, destacou-se o exemplo do Guararapes que divulga ações de RSC que se restringem a doações (sem valor divulgado) e trabalho voluntário de seus funcionários, conforme o fragmento do discurso a seguir destacado:

"Porém, a atitude social da Guararapes não se limitou às doações. Nos últimos anos, cerca de 240 colaboradores da Riachuelo realizaram trabalho voluntário, com atividades em benefício a 1.600 crianças carentes na cidade de São Paulo." (Demonstrações Financeiras da Guararapes, 2011: 37)

A principal percepção obtida quando analisados os documentos das empresas enquadradas no grupo *Entendimento Confuso* é que a não obrigatoriedade da divulgação dessas informações, e de uma validação externa e independente, faz com que empresas divulguem informações de responsabilidade social de acordo com interpretações próprias e do que entendem ser a melhor forma de atuação em Responsabilidade Social Corporativa.

O resultado do **Quadro 13** demonstrou, no geral, que o tamanho da empresa não tem relação com a prática de responsabilidade social, os grupos apresentaram participações variadas seguindo o critério de valor de mercado. Além disso, também não foi percebida uma participação clara por setor nos grupos criados, como: indústrias, empresas prestadoras de serviços e comércio varejista em grupos comuns. Apenas a composição do agrupamento *Entendimento Amplo* e *Comprometimento Alto* ficou mais caracterizada pela participação de empresas cujas atividades são de alto impacto social e ambiental, como também a composição do agrupamento *Entendimento Confuso* e *Comprometimento Alto* também foi caracterizada pela participação expressiva de representantes do setor financeiro.

6 PARA CONCLUIR

Esta pesquisa teve como propósito responder a seguinte pergunta de investigação: **como empresas listadas na Bolsa de Valores brasileira entendem responsabilidade social corporativa e colocam-na em prática?** Para tal foram resgatadas discussões sobre o conceito de responsabilidade social corporativa, sua abrangência, complexidade, bem como os debates acadêmicos e corporativos sobre o tema.

Posteriormente, foi conduzida uma pesquisa empírica, na qual, para a avaliação do processo de sistematização das informações de RSC, foram levantadas as iniciativas de se uniformizar os relatórios publicados pelas empresas, bem como de se estabelecer um processo de normatização e adoção de um modelo internacional em que se reconheça transparência, comparabilidade, periodicidade e confiabilidade às ações e às informações divulgadas.

Por meio de uma análise qualitativa do conteúdo de relatórios anuais, sociais, de sustentabilidade e outros documentos, totalizando-se mais de 600 publicações, foram avaliados o entendimento sobre RSC e as práticas das 100 maiores empresas listadas na Bolsa de Valores brasileira, pelo critério de valor de mercado.

O desafio maior encontrado na pesquisa foi, em um primeiro momento, não misturar a prática de atividades responsáveis com o entendimento sobre RSC. Era preciso perceber *a priori*, de forma apartada, o que elas entendiam de fato por RSC, visto que esse conceito é bastante debatido no campo teórico e interpretado por muitos como em evolução. Para então, em um segundo passo, levantar-se a abrangência das práticas realizadas em RSC. O terceiro passo, após a avaliação de entendimento e das práticas, foi fazer um cruzamento desses grupos, confrontando-se a prática com o entendimento da teoria e verificando-se compassos e descompassos.

Para tanto, foram criadas três categorias atreladas ao entendimento (*Ampla, Restrita e Confusa*) do conceito e três ao comprometimento (*Alto, Médio e Baixo*) das práticas. De forma resumida, o entendimento foi avaliado com base em fragmentos de discurso e expressões lexicais, e a prática foi dimensionada com base nos programas e ações divulgadas. O **Quadro 14** a seguir resume a classificação:

ENTENDIMENTO DO CONCEITO	
Amplio	Interpreta seu papel frente à sociedade de forma abrangente, entende-se como um agente transformador e fomentador de desenvolvimento.
Restrito	Interpreta RSC de forma regional, local, não ultrapassando normalmente as obrigações legais. Faltaria a este grupo a totalidade conceitual percebida no grupo anterior.
Confuso	Surgiu, espontaneamente, em função de informações ambíguas e mensagem que chamaram a atenção nos documentos analisados, que revelaram alguns desvios de conceito ou falhas conceituais, que, em uma leitura mais expedita, talvez pudessem passar despercebidos.
COMPROMETIMENTO DAS PRÁTICAS	
Alto	Estão empresas com ações externas (investimentos sociais externos e investimentos em programas e/ou projetos ambientais externos), além de investimentos sociais e ambientais internos.
Médio	Estão empresas, que embora tenham apresentado ações sociais e ambientais internas, as práticas externas são do envolvimento em programas sociais ou ambientais, não compreendendo as duas áreas.
Baixo	Estão empresas que apresentaram somente práticas sociais ou ambientais internas, com pouca ou nenhuma prática de RSC.

Quadro 14: Resumo da Classificação dos Grupos por Entendimento e Comprometimento.

Como consequência do cruzamento dos grupos, foram verificados descompassos, como, por exemplo, algumas empresas com entendimento amplo do tema que apresentaram comprometimento baixo na prática, com ações exercidas de forma restrita, ou mesmo apresentando pouca ou nenhuma atividade e programa voltado para RSC. Outras empresas apresentaram um entendimento confuso, mas práticas amplas. O cruzamento dos grupos trouxe assim um enriquecimento à análise dos resultados.

Dentre as principais conclusões extraídas da pesquisa, três podem ser destacadas. A primeira e a mais importante, por responder à pergunta de pesquisa, é que apenas um terço das empresas da amostra entendem RSC de forma ampla, quando o conceito de responsabilidade social envolve os valores da empresa, questões de legado, sustentabilidade, mitigação de riscos, redução de impactos, compromissos éticos e pactuados, desenvolvimentos das comunidades locais, projetos de recuperação ambiental e preservação. Quando considerado o comprometimento desse grupo, o número de empresas se reduz para exatos um quarto da amostra, ou seja, apenas 25 empresas com *Entendimento Amplo* do conceito apresentam *Comprometimento Alto* de suas práticas, demonstrando-se fortemente engajadas, com tradição em ações das áreas de RSC e propostas e programas reconhecidos na área. Estes resultados demonstram que, embora se tenha registrado diversas ações e iniciativas de RSC nas empresas estudadas, ainda há muito a se desenvolver.

A segunda conclusão é que a falta de regulação, normatização ou de validação de uma auditoria externa, de forma independente das informações divulgadas, podem servir de estímulo para que empresas exerçam e divulguem as informações de responsabilidade social de acordo com interpretações próprias. Quase um terço das empresas da amostra apresentou desvios no entendimento do que é RSC, confundindo filantropia com o próprio negócio, ações voluntárias de funcionários como próprias, multas com investimentos, entre outras informações ambíguas, demonstrando descompassos entre o entendimento do conceito de RSC e o comprometimento das práticas.

A terceira conclusão que se extrai é quanto à evidência de omissões de informações. Poucas empresas divulgam valores de multas, termos de ajuste de conduta e infrações pagas, sendo que apenas 59 das 100 estudadas divulgam os valores investidos em projetos e apresentam indicadores de acompanhamento de ações de RSC.

Para agenda de pesquisa propõe-se: testar essas categorias em empresas menores a fim de verificar se há alterações nas conclusões; estudar as empresas por setor para verificar possíveis alinhamentos entre o entendimento e a prática; avaliar se o grau de comprometimento está correlacionado ao montante de investimentos e a gastos com multas; e, se há padrão nos investimentos em Responsabilidade Social Corporativa.

A contribuição da presente pesquisa se faz relevante ao sintetizar e evidenciar descompassos entre o entendimento e as práticas de RSC, podendo auxiliar para o enriquecimento do tema, na medida em que se estabelece uma metodologia analítica passível de aplicação e expansão efetiva para sustentação e reforço das ações socioambientais.

REFERÊNCIAS

ABRAMS, Frank W.. “Management’s responsibilities in a complex world”. *Harvard Business Review*, 29 (3): 29–34, 1951.

ALEXANDER, Gordon J.; BUCHOLTZ, Rogene A.. “Corporate social responsibility and stock market performance”. *Academy of Management Journal*, 21: 479-486, 1978.

ALONSO-ALMEIDA, María del Mar; GARCÍA, Martha del Pilar Rodríguez; ALEJANDRO, Klender Aimer Cortez; QUINTERO, José Luis Abreu. “La responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero: un análisis en empresas mexicanas que cotizan en la bolsa”. *Contaduría y Administración*, vol. 57, nº 1, jan-fev/2012: 53-77.

ANDREWS, Kenneth. R. **The concept of corporate strategy**. Homewood, IL: Dow Jones-Irwin, 1971.

ANTUNES, Gustavo Amorim; BRESSAN, Aureliano Angel; LAMOUNIER, Wagner Moura. “Análise do “Efeito Tamanho” nos Retornos das Ações de Empresas Listadas na Bovespa”. *Revista Contabilidade e Finanças*, vol.17, nº 40, São Paulo, jan./apr. 2006.

ASHLEY, Patricia A.; COUTINHO, Renata B. G.; TOMEI, Patricia. A.. “Responsabilidade Social Corporativa e Cidadania Empresarial: Uma Análise Conceitual Comparativa”. Artigo aprovado publicado no ENANPAD 2000 (Área: Organizações), set/2000.

Associação de Dirigentes Cristãos de Empresa do Brasil. “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresa”, 1965. Disponível em:
<<http://www.adcesp.org.br/textos/arquivos/Carta%20de%20principios.pdf>>. Acessado em: 02/11/2012.

BANERJEE, Subhabrata B.. “Corporate Environmentalism and the greening of strategic marketing”. In CHARTER, Martin; POLONSKY, Michael J. (eds) **Greener Marketing: A Global Perspective on Greening Marketing Practice**, 2nd edn. Sheffield: Greenleaf Publishing, pp. 16-40, 1999.

BANERJEE, Subhabrata B.. **Corporate Social Responsibility: the good, the bad, and the ugly**. Chettenham: Edward Elgar Publishing limited, 2007.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2010.

CAMPBELL, Leland; GULAS, Charles S.; GRUCA, Thomas S.. “Corporate Giving Behavior and Decision-Maker Social Consciousness”. *Journal of Business Ethics*; Part 1, Vol. 19 Issue 4, p375-383, maio/1999.

CARROLL, Archie B.. “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders”. *Business Horizons*, July-August, 1991.

CARROLL, Archie B.. “Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”. *Academy of Management Review*, vol. 4, issue 4, p. 497-505, outubro/1979.

CHRISTENSEN, Lars; MORING, Mette. “The polyphony of Corporate Social Responsibility. Deconstructing accountability and transparency”. *Academy of Management Annual Meeting Proceedings*, 1-6, 2010.

COMISSÃO DAS COMUNIDADES EUROPEIAS. “Livro Verde: Promover um quadro europeu para a responsabilidade social das empresas”. Bruxelas, 2001. Disponível: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/pt/com/2001/com2001_0366pt01.pdf. Acessado em: 23/09/2012.

CORNELL, Bradford; SHAPIRO, Alan C.. “Corporate stakeholders and corporate finance”. *Financial Management*, 16: 5-14, 1987.

DAHLSTRUD, Alexander. “How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions”. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15, 1–13, 2008.

DAVIS, Keith. “The Case for and Against Business Assumption of Social Responsibilities”. *The Academy of Management Journal*, Vol. 16, No. 2, pp. 312-322, junho/1973.

FREDERICK, William C.. “The growing concern over business responsibility”. *California Management Review*, 2, 54-61, 1960.

FREEMAN, R. Edward. **Strategic Management: A Stakeholder Approach**. Boston, MA: Pitman, 1984.

FREEMAN, R. Edward; EVAN, William M.. “Corporate governance: a stakeholder interpretation”. *Journal of Behavioral Economics*, 19 (4): 357-59, 1990.

FREEMAN, R. Edward; MCVEA, John. "A Stakeholder Approach to Strategic Management". The Darden School University of Virginia. Forthcoming in M. Hitt, E. Freeman, and J. Harrison (eds.) *Handbook of Strategic Management*, Oxford: Blackwell Publishing, 2001.

FRIEDMAN, Milton. **Capitalismo e Liberdade**. Tradução de Luciana Carli, 3ª Edição. Nova Cultura, São Paulo, Capítulo VIII, 1962 (edição de 1988).

FRIEDMAN, Milton. "The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits". *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.

GALBRAITH, J. K. **Economics and the public purpose**. Boston: Houghton Mifflin, 1973.

GEORGETA, Grigore. "Corporate Social Responsibility – Strategies in European Style". *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*; 2008, Vol. 17 Issue 2, p662-665, 4p.

GLOBAL REPORTING INICIATIVE. "Relatórios de Sustentabilidade da GRI: Quanto vale essa jornada?", 2012. Disponível em: < <https://www.globalreporting.org/resource/library/Portuguese-Starting-Points-2-G3.1.pdf>>. Acesso em: 04/11/2012.

GUIMARÃES, Vitor Campos. "A Disparidade entre o discurso e a prática da Responsabilidade Social: um balanço dos Balanços Sociais das Maiores Empresas do Brasil". Fundação Getulio Vargas, EBAPE. Rio de Janeiro, RJ, 2008.

HIMMELSTEIN, Jerome L.. **Looking Good and Doing Good: Corporate Philanthropy and Corporate Power**. Indiana University Press, Bloomington, IN, 1997.

IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=2>>. Acesso em: 18/08/2012.

INSTITUTO ETHOS de Empresas e Responsabilidade Social. Disponível em: <http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/29/o_que_e_rse/o_que_e_rse.aspx>. Acesso em: 23/08/2012

JENSEN, Michael C.. "Takeovers: their causes and consequences". *Journal of Economic Perspectives*, 2 (1): 21–44, 1988.

JENSEN, Robert, E.. "Phantasmagoric accounting: Research and analysis of economic, social, and environmental impact of corporate business". Sarasota, Fla.: American Accounting Association, 1976.

JO, Hoje; HARJOTO, Maretno A.. "Corporate Governance and Firm Value: The Impact of Corporate Social Responsibility". *Journal of Business Ethics* (2011) 103:351–383.

JOHNSON, Harold L. "Can the businessman apply Christianity?" *Harvard Business Review*, 36 (4): 68–76, 1958.

JONES, Marc T. "Missing the forest for the trees: A critique of the Social Responsibility concept and discourse". *Business and Society*. v. 35, n. 1, p. 7-41, março/1996.

KOCMANOVÁ, Alena; HŘEBÍČEK, Jiří; DOČEKALOVÁ, Marie. "Corporate Governance and Sustainability". *Economics and Management*, 2011.

KOTLER, Philip; LEE, Nancy. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Cause*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2005.

LEVITT, Theodore. "The dangers of corporate social responsibility". *Harvard Business Review*, 36 (3): 41–50, 1958.

MAIGNAN, Isabelle; FERREL, O. C.; HULT, G. Thomas M.. "Corporate citizenship: Cultural antecedents and business benefits". *Academy of Marketing Science. Journal*; Fall 1999; 27, 4; ABI/INFORM Global p. 455.

MCGUIRE, Jean. B.; SUNDGREN, Alison; SCHNEEWEIS, Thomas. "Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance". *The Academy of Management Journal*, Vol. 31, No. 4 (Dec., 1988), pp. 854-872, 1988.

MCWILLIAMS, A.; SIEGEL, D. "Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective". *Academy of Management Review*, 26 (1): 117–27, 2001.

MCWILLIAMS, Abigail; SIEGEL, Donald S.; WRIGHT, Patrick. "Corporate Social Responsibility: Internacional Perspectives". *Journal of Business Strategies*. Spring 2006, Vol. 23 Issue 1, p1-12. 12p.

MOSKOWITZ, Milton. "Choosing socially responsible stocks". *Business and Society*, 1: 71-75, 1972.

OLIVEIRA, José Antonio Puppim de. “**Empresas na Sociedade: sustentabilidade e responsabilidade social**”. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. “Uma avaliação dos balances sociais das 500 maiores”. RAE Eletrônica, v.4, n. 1, Art. 2, 2005.

ORLITZKY, Marc; SCHMIDT, Frank L.; RYNES, Sara L.. “Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis”. SAGE Publications, Organization Studies 24(3): 403–441, 2003.

PACTO GLOBAL. Disponível em: <http://www.pactoglobal.org.br/>. Acessado em: 28/10/2012.

PARKET, I. Robert; EILBIRT, Henry. “Social responsibility: The underlying factors”. Business Horizons, 18: 5-10, 1975.

PFEFFER, Jeffrey; SALANCIK, Gerald R.. “The external control of organizations: A Resource depende perspective”. Stanford: Stanford Business Books, 2003.

STOUT, Lynn A.. "Why We Should Stop Teaching Dodge v. Ford". Social Science Research Network. Cornell Law School - Jack G. Clarke Business Law Institute, UCLA School of Law, Law-Econ Research Paper nº 07-11, set/2007.

TORRES, Ciro; MANSUR, Cláudia. **Balanco Social: O Desafio da Transparência**. Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), Rio de Janeiro, agosto de 2008. Disponível em: < <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm> >. Acessado em: 04/11/2012.

TREVISAN, Fernando Augusto. “Balanco Social como Instrumento de Marketing”. RAE-eletrônica, Volume 1, Número 2, jul-dez/2002.

ULLMANN, Arie A.. “Data in Search of a Theory: A Critical Examination of the Relationships Among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of U.S. Firms”. Academy of Management Review, Vol. 10, No. 3, 540-557, 1985.

WADDOC, Sandra. “Building a New Institutional Infrastructure for Corporate Responsibility”. Academy of Management, p. 87, 2008.

WEMPE, Johan. “Industry and Chain Responsibilities and Integrative Social Contracts Theory”. *Journal of Business Ethics* 88:751–764, 2009.

WHETTEN, D.A.; RANDS, G.; GODFREY, P.. “What are the responsibilities of business to society?” In A. Pettigrew, H. Thomas and R. Whittington (eds) **Handbook of Strategy and Management**. London: Sage, pp. 373–408, 2002.

WOOD, Donna J.. “Corporate Social Performance Revisited”. *Academy of Management Review*, 16 (4): 691–718, 1991.

WORLD BUSINESS COUNCIL FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT. “CSR: Meeting changing expectations”, 2002. Disponível em: <http://www.wbcsd.org/work-program/business-role/previous-work/corporate-social-responsibility.aspx>. Acessado em: 23/08/2012.

APÊNDICE A – Empresas Seleccionadas da Amostra

Quadro A: Empresas Seleccionadas da Amostra.

	NOME	RAZÃO SOCIAL	SETOR DE ATUAÇÃO	VALOR DE MERCADO EM 12/09/2012 (R\$ MIL)	RECEITA LÍQUIDA DE 2011 (R\$ MIL)
1	Petrobras	Petróleo Brasileiro S/A	Extração de petróleo e gás	293.472.273	244.176.142
2	Ambev	Companhia de Bebidas das Américas S/A	Alimentos e Bebidas	213.021.595	27.126.719
3	Vale	Vale S/A	Mineração	190.150.135	103.195.407
4	Itaú Unibanco	Itaú Unibanco Holding S/A	Finanças e Seguros	142.187.775	101.366.445
5	Bradesco	Banco Bradesco S/A	Finanças e Seguros	118.592.729	82.124.304
6	Banco do Brasil	Banco do Brasil S/A	Finanças e Seguros	73.096.786	106.919.760
7	Santander	Banco Santander (Brasil) S/A	Finanças e Seguros	62.085.456	51.736.080
-	Itaúsa ¹	Itaúsa Investimentos Itaú S/A	Empresa de participações	53.133.056	5.094.000
8	Telefônica Brasil	Telefônica Brasil S/A	Telecomunicações	50.143.451	29.128.740
9	Souza Cruz	Souza Cruz S/A	Indústria de fumo	41.650.290	5.550.178
10	Cielo	Cielo S/A	Software e Dados	39.503.465	4.208.726
11	Gerdau	Gerdau S/A	Siderurgia e metalurgia	31.466.835	35.406.780
12	BRF Foods	Brasil Foods S/A	Alimentos e Bebidas	29.640.769	25.706.238
13	CCR S/A	CCR S/A	Concessão de Rodovias	29.079.221	5.134.296
14	Ultrapar	Ultrapar Participações S/A	Indústria química	24.578.463	48.661.304
15	Pão de Açúcar (CBD)	Companhia Brasileira de Distribuição	Comércio	23.571.967	46.594.486
16	Natura	Natura Cosméticos S/A	Comércio	23.553.363	5.591.374
17	Redecard	Redecard S/A	Software e Dados	22.775.448	2.772.506
18	BM&FBovespa	BMFBovespa S.A. Bolsa de Valores Mercadoria e Futuro	Finanças e Seguros	22.386.951	2.115.983

¹ Não faz parte da amostra selecionada. A Itaúsa é uma *holding* pura, sem atividades operacionais e de RSC, por isso foi desconsiderada da amostra.

	NOME	RAZÃO SOCIAL	SETOR DE ATUAÇÃO	VALOR DE MERCADO EM 12/09/2012 (R\$ MIL)	RECEITA LÍQUIDA DE 2011 (R\$ MIL)
19	CPFL Energia	CPFL Energia S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	21.458.716	12.764.028
-	Tele Norte Celular ²	Tele Norte Celular Participações S/A	Telecomunicações	21.432.557	9.240.404
20	OGX Petróleo	OGX Petróleo e Gás Participações S/A	Extração de petróleo e gás	21.389.612	-
21	Tractebel	Tractebel Energia S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	20.496.105	4.326.951
22	Cemig	Cemig Distribuição S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	20.176.691	15.814.227
23	Tim Participações S/A	Tim Participações S/A	Telecomunicações	19.963.072	17.085.977
24	Sabesp	Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	17.725.689	9.941.637
25	Eletrobras	Centrais Elétricas Brasileiras S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	17.429.057	33.061.356
26	Siderúrgica Nacional	Companhia Siderúrgica Nacional S/A	Siderurgia e metalurgia	17.233.207	16.519.584
27	JBS	JBS S/A	Alimentos e Bebidas	16.649.826	61.796.761
28	Lojas Americanas	Lojas Americanas S/A	Comércio	14.378.380	10.201.624
29	Oi	Oi S/A	Telecomunicações	14.235.876	9.245.255
30	Cosan	Cosan S/A Indústria e Comércio	Alimentos e Bebidas	14.211.391	18.302.945
31	Weg	WEG S/A	Outras indústrias: máquinas industriais	13.501.532	5.189.409
32	BR Malls Participações	BR Malls Participações S/A	Serviços diversos: imobiliários	12.370.995	861.475
33	Usiminas	Usinas Siderúrgicas de Minas Gerais S/A	Siderurgia e metalurgia	11.426.798	11.901.959
34	Braskem	Braskem S/A	Indústria química	10.889.498	33.176.160
35	Casan	Companhia Catarinense de Águas e Saneamento S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	10.726.416	539.155
-	Bradespar ³	Bradesco Participações S/A	Empresa de participações	10.455.451	-
36	Embraer	Embraer S/A	Outras indústrias: veículos e peças	10.119.846	9.858.055
37	Multiplan	Multiplan Empreendimentos Imobiliários S/A	Serviços diversos: imobiliários	9.991.529	676.252

² Não faz parte da amostra selecionada. A Tele Norte Celular pertence ao Grupo Oi.

³ Não faz parte da amostra selecionada. A Bradespar é uma *holding* pura, sem atividades operacionais e de RSC, por isso foi desconsiderada da amostra.

	NOME	RAZÃO SOCIAL	SETOR DE ATUAÇÃO	VALOR DE MERCADO EM 12/09/2012 (R\$ MIL)	RECEITA LÍQUIDA DE 2011 (R\$ MIL)
38	Embratel Participações	Embratel Participações S/A	Telecomunicações	9.981.655	12.233.264
39	Fibria	Fibria Celulose S/A	Papel e celulose	9.494.100	5.854.300
-	Gerdau Metalúrgica ⁴	Metalúrgica Gerdau S/A	Siderurgia e metalurgia	9.469.647	35.406.780
40	Ecorodovias	Ecorodovias Infraestrutura e Logística S/A	Concessão de Rodovias	9.271.000	1.827.371
41	Net	NET Serviços de Comunicação S/A	Telecomunicações	9.173.163	6.695.885
42	Hypermarcas	Hypermarcas S/A	Comércio	8.716.354	3.324.630
43	Lojas Renner	Lojas Renner S/A	Comércio	8.614.716	3.238.543
44	Coelba	Companhia de Eletricidade do Estado da Bahia S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	8.467.965	4.967.359
45	Copel	Companhia Paranaense de Energia S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	8.329.845	7.776.165
46	Klabin S/A	Klabin S/A	Papel e celulose	8.218.699	3.889.151
47	AES Tiete	AES Tiete S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	8.168.235	1.885.956
48	Taesá	Transmissora Aliança de Energia Elétrica S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	7.923.477	997.244
49	Amil	Amil Participações S/A	Serviços diversos: ambulatoriais de saúde	7.922.035	9.008.826
50	BR Properties	BR Properties S/A	Serviços diversos: imobiliários	7.739.141	343.464
51	Multiplus	Multiplus S/A	Serviços diversos: apoio a empresas	7.326.243	1.246.812
52	Raia Drogarias	Raia Drogaria S/A	Comércio	7.268.492	2.729.392
53	Cia Hering	Companhia Hering S/A	Têxtil, couro e afins	7.265.270	1.353.233
54	Duratex	Duratex S/A	Outras indústrias: móveis	7.164.307	2.970.365
55	Localiza	Localiza Rent a Car S/A	Serviços diversos: locação e leasing de veículos	7.146.082	2.918.130
56	M. Dias Branco	M. Dias Branco S/A Indústria e Comércio de Alimentos	Alimentos e Bebidas	7.118.988	2.911.033
57	Cyrela Realty	Cyrela Brazil Realty S/A Empreendimentos e Participações	Construção e empreendimentos imobiliários	6.990.502	6.126.781
58	Banrisul	Banco do Estado do Rio Grande do Sul S/A	Finanças e Seguros	6.821.518	5.711.197

⁴ Não faz parte da amostra selecionada. A Gerdau Metalúrgica pertence ao Grupo Gerdau.

	NOME	RAZÃO SOCIAL	SETOR DE ATUAÇÃO	VALOR DE MERCADO EM 12/09/2012 (R\$ MIL)	RECEITA LÍQUIDA DE 2011 (R\$ MIL)
59	Tam S/A ⁵	Tam S/A	Transporte e logística	6.797.814	12.994.486
60	Vale Paranapanema	Duke Energy Int. Ger. Paranapanema S.A.	Empresa de eletricidade, gás e água	6.736.535	958.003
61	Cetip	CETIP S/A Mercados Organizados	Finanças e Seguros	6.591.235	844.396
62	Cesp	Companhia Energética de São Paulo	Empresa de eletricidade, gás e água	6.494.368	2.957.525
63	Totvs	Totvs S/A	Software e Dados	6.330.676	1.279.160
64	MPX Energia	MPX Energia S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	6.314.385	168.279
65	OHL Brasil	Obrascon Huarte Lain Brasil S/A	Concessão de Rodovias	6.299.881	2.712.120
66	Porto Seguro	Porto Seguro S/A	Finanças e Seguros	6.207.226	10.200.000
67	Guararapes	Guararapes Confecções S/A	Têxtil, couro e afins	6.174.168	3.046.024
68	Odontoprev	Odontoprev S/A	Serviços diversos: ambulatoriais de saúde	6.006.520	835.263
69	EDP (Energias Brasil)	EDP – Energias Brasil S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	5.849.560	5.401.662
70	Via Varejo	Via Varejo S/A	Comércio	5.840.653	21.016.716
71	Ampla Energia	Ampla Energia e Serviços S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	5.805.324	3.312.371
72	All América Latina	All América Latina Logística S/A	Transporte e logística	5.700.349	3.173.215
73	Alpargatas	Alpargatas S/A	Têxtil, couro e afins	5.591.460	2.574.700
74	MRV	MRV Engenharia e Participações S/A	Construção e empreendimentos imobiliários	5.441.014	4.015.063
75	Suzano Papel	Suzano Papel e Celulose S/A	Papel e celulose	5.384.285	4.847.988
76	Comgas	Companhia de Gás de São Paulo S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	5.333.462	4.102.660
77	Elektro	Elektro – Eletricidade e Serviços S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	5.212.572	3.564.093
78	Qualicorp	Qualicorp S/A	Serviços diversos: ambulatoriais de saúde	5.210.228	676.058
79	Copasa	Companhia de Saneamento de Minas Gerais – Copasa MG	Empresa de eletricidade, gás e água	5.208.558	3.224.932

⁵ A Tam S/A trocou suas ações pelas da Latam Airlines Group, em junho de 2012, em função de seu processo de união com a empresa argentina. Assim, parou de ser negociada na BM&FBovespa. O valor de mercado é de 03/04/2012, da data em que foi selecionada a amostra.

	NOME	RAZÃO SOCIAL	SETOR DE ATUAÇÃO	VALOR DE MERCADO EM 12/09/2012 (R\$ MIL)	RECEITA LÍQUIDA DE 2011 (R\$ MIL)
80	Marcopolo	Marcopolo S/A	Outras indústrias: veículos e peças	5.122.918	3.368.876
81	CTEEP (Transmissão Paulista)	CTEEP - Cia Transmissão Energia Elétrica Paulista	Empresa de eletricidade, gás e água	4.905.532	2.900.805
82	Lojas Marisa	Marisa Lojas S/A	Comércio	4.784.584	2.450.315
83	Light S/A	Light S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	4.751.664	6.944.785
84	Anhanguera Educacional	Anhanguera Educacional Participações S/A	Educação	4.656.810	1.232.168
85	Whirlpool	Whirlpool S/A	Eletroeletrônicos	4.624.554	7.465.334
86	PDG Realty	PDG Realty S/A Empreendimentos e Participações	Construção e empreendimentos imobiliários	4.573.010	6.877.380
87	Grendene	Grendene S/A	Têxtil, couro e afins	4.089.792	1.482.636
88	Sul América	Sul América S/A	Finanças e Seguros	4.082.016	8.944.547
89	Iguatemi	Iguatemi Empresa de Shopping Centers S/A	Serviços diversos: imobiliários	3.861.625	329.522
90	Marfrig	Marfrig Alimentos S/A	Alimentos e Bebidas	3.856.707	21.884.909
91	Santos Brasil	Santos Brasil Participações S/A	Transporte e logística	3.851.879	1.124.670
92	Dasa	Diagnósticos da América S/A	Serviços diversos: ambulatoriais de saúde	3.845.772	2.179.874
93	Eztec	EZ Tec Empreendimentos e Participações S/A	Construção e empreendimentos imobiliários	3.572.732	744.185
94	Fleury	Fleury S/A	Serviços diversos: ambulatoriais de saúde	3.563.489	1.125.741
95	OSX Brasil	OSX Brasil S/A	Outras indústrias: veículos e peças	3.532.373	144.233
96	Mills	Mills Estruturas e Serviços de Engenharia S/A	Serviços diversos: construção civil	3.472.872	677.592
97	MMX Miner	MMX Mineração e Metálicos S/A	Mineração	3.414.883	1.035.684
98	Ceg	Companhia Distribuidora de Gás do Rio de Janeiro	Empresa de eletricidade, gás e água	3.375.290	2.304.053
99	Sanepar	Companhia de Saneamento do Paraná	Empresa de eletricidade, gás e água	3.275.390	1.742.395
100	Neoenergia ⁶	Neoenergia S/A	Empresa de eletricidade, gás e água	-	9.770.849

⁶ A Neoenergia é uma *holding* com atividades de RSC, que foi considerada na amostra em função de suas coligadas listadas em bolsa: Cosern, Coelba e Celpe.

APÊNDICE B – Empresas da Amostra Agrupadas por Setor de Atuação

Quadro B: Empresas da Amostra Agrupadas por Setor de Atuação.

SETOR DE ATUAÇÃO		NOME
1	Alimentos, bebidas e fumo [6 empresas]	Ambev
		BRF Foods
		JBS
		Cosan
		M. Dias Branco
		Marfrig
		Souza Cruz
2	Comércio [8 empresas]	Pão de Açúcar (CBD)
		Natura
		Lojas Americanas
		Hypermarcas
		Lojas Renner
		Raia Drogarias
		Via Varejo
3	Concessão de Rodovias [3 empresas]	Lojas Marisa
		CCR S/A
		Ecorodovias
4	Construção e empreendimentos imobiliários [4 empresas]	OHL Brasil
		Cyrela Realty
		MRV
		PDG Realty
5	Empresa de eletricidade, gás e água [23 empresas]	Eztec
		CPFL Energia
		Tractebel
		Cemig
		Sabesp
		Eletrobras
		Casan
		Coelba
		Copel
		AES Tiete
		Taes
		Vale Paranapanema
		Cesp
		MPX Energia
		Energias BR
		Ampla Energia
		Comgas
		Elektro
		Copasa
		CTEEP (Transmissão Paulista)
		Light S/A
		Ceg
		Sanepar
		Neoenergia

SETOR DE ATUAÇÃO			NOME
6	Extração de petróleo e gás [2 empresas]		Petrobras
			OGX Petroleo
7	Finanças e Seguros [9 empresas]		Itau Unibanco
			Bradesco
			Banco do Brasil
			Santander
			BM&FBovespa
			Banrisul
			Cetip
			Porto Seguro
			Sul América
8	Indústria química [2 empresas]		Ultrapar
			Braskem
9	Mineração [2 empresas]		Vale
			MMX Miner
10	Outras indústrias [6 empresas]	Máquinas Industriais	Weg
		Móveis	Duralex
		Eletroeletrônicos	Whirlpool
		Veículos e Peças	Embraer
			Marcopolo
			OSX Brasil
11	Papel e celulose [3 empresas]		Fibria
			Klabin S/A
			Suzano Papel
12	Serviços diversos [13 empresas]	Educação	Anhanguera Educacional
		Ambulatoriais de saúde	Amil
			Odontoprev
			Qualicorp
			Dasa
			Fleury
		Apoio a empresas	Multiplus
		Construção civil	Mills
		Imobiliários	BR Malls Participações
			Multiplan
			BR Properties
13	Siderurgia e metalurgia [3 empresas]		Iguatemi
			Localiza
			Gerdau
			Siderúrgica Nacional
14	Software e Dados [3 empresas]		Usiminas
			Cielo
			Redecard
15	Telecomunicações [5 empresas]		Totvs
			Telefônica Brasil
			Tim Participações S/A
			Oi
			Embratel Participações
			Net

SETOR DE ATUAÇÃO		NOME
16	Têxtil, couro e afins [4 empresas]	Cia Hering
		Guararapes
		Alpargatas
		Grendene
17	Transporte e logística [3 empresas]	All América Latina
		Santos Brasil
		Tam S/A