

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

VEVIANE DE MELLO

**ANÁLISE COMPARATIVA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL:
CELESC E COPEL**

Florianópolis

2007

VEVIANE DE MELLO

**ANÁLISE COMPARATIVA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL:
CELESC E COPEL**

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

Orientadora: Prof^a. Eleonora Milano Falcão Vieira.

Florianópolis

2007

VEVIANE DE MELLO

ANÁLISE COMPARATIVA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL: CELESC E COPEL

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota, atribuída pela banca constituída pelos professores abaixo mencionados:

Compuseram a banca:

Prof^º.

Departamento de Ciências Contábeis, UFSC

Prof^º.

Departamento de Ciências Contábeis, UFSC

Prof^º.

Departamento de Ciências Contábeis, UFSC

Florianópolis, novembro de 2007.

*“A mente que se abre a uma nova idéia jamais
voltará ao seu tamanho original”.*

(Albert Einstein)

Este trabalho é dedicado:

Aos meus pais, Vilson e Silvana, que me concederam o que tem de mais precioso nesta vida: o amor, o carinho, a humildade, a educação e principalmente razões para que eu chegasse até aqui.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por iluminar o meu caminho, e estar sempre me guiando nesta trajetória.

Aos meus pais, Vilson e Silvana, pelo amor, incentivo, educação e humildade, pois perante esses atributos que me foram concedidos, consegui concretizar mais uma etapa da minha vida.

Ao meu marido, Gustavo, o qual com muito carinho e paciência me apoiou e incentivou nos estudos.

Aos meus irmãos, Julia, Fernando e Gabriel, que compartilharam e me apoiaram nos estudos e em todos os momentos importantes da minha vida.

À professora Eleonora por me conceder a honra e a delicadeza de ser minha orientadora neste trabalho.

Em especial, à professora Juliane que se dedicou a me co-orientar neste trabalho.

Aos amigos os quais tive o prazer de conhecer durante a fase acadêmica em especial, Ana Maria B. Costa, Deise, Anelise Martins, Michele, Janaina, Viviany, Roberta, Cristiano e Fernando.

Aos eternos amigos, Cleide, Cássia, Viviane, Fabiula, Jocemara, Karla, Daniela, Fabiano, Alecssandro e Alessandro, os quais sempre pude contar com um ombro amigo.

A todas as pessoas que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização deste trabalho.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
1.1 TEMA E PROBLEMA.....	10
1.2 OBJETIVOS.....	11
1.2.1 Objetivo geral.....	11
1.2.2 Objetivos específicos.....	11
1.3 JUSTIFICATIVA.....	12
1.4 METODOLOGIA.....	13
1.4.1.Trajectoria Metodológica.....	14
1.5 LIMITAÇÕES.....	14
1.6 ORGANIZAÇÃO.....	15
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	16
2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	16
2.1.1 Responsabilidade Social nas Empresas de Energia Elétrica.....	19
2.1.2 Partes Interessadas.....	19
2.2 BALANÇO SOCIAL.....	21
2.3 MODELOS DE BALANÇO SOCIAL.....	26
2.3.1 Ibase.....	26
2.3.2 Instituto Ethos.....	29
2.3.3 Global Reporting Initiative.....	32
2.4 PROJETO DE LEI.....	34
2.5 DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO.....	36
3 ANÁLISE DAS EMPRESAS PESQUISADAS.....	39
3.1 BREVE HISTÓRICO DAS EMPRESAS DE ENERGIA ELÉTRICA.....	39
3.1.1 Celesc.....	39
3.1.2 Copel.....	43
3.2 ESTUDO COMPARATIVO DAS DUAS EMPRESAS.....	46
3.2.1 Base de Cálculo.....	46
3.2.2 Indicadores Sociais Internos.....	47
3.2.3 Indicadores Sociais Externos.....	48
3.2.4 Indicadores Ambientais.....	49
3.2.5 Receita Líquida x Indicadores.....	49
3.2.6 Indicadores de Corpo Funcional.....	50
3.2.6.1 Celesc.....	50
3.2.6.2 Copel.....	51
4 CONCLUSÃO E SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS.....	54
4.1 CONCLUSÃO.....	54
4.2 SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS.....	55
REFERÊNCIAS	56
ANEXOS	58

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Algumas definições do conceito de <i>Stakeholder</i>	20
Quadro 2 – Relação da Empresa com Seus Parceiros.....	21
Quadro 3 – Informações que Compõe o Modelo Ibase de Balanço Social.....	28
Quadro 4 – Perfil do Empreendimento	30
Quadro 5 – Modelo de Demonstração do Valor Adicionado – Fipecafi	37
Quadro 6 – Indicadores Analisados.....	46

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Relação Receita x Indicadores.....	49
---	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Folha de Pagamento	46
Figura 2 – Indicadores Sociais Internos.....	47
Figura 3 – Indicadores Sociais Externos.....	48
Figura 4 – Empregados Acima de 45 Anos.....	52
Figura 5 – N° de Mulheres que Trabalham na Empresa.....	52
Figura 6 – N° de Negros que Trabalham na Empresa.....	53

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADVB - Associação dos Dirigentes de vendas e Marketing do Brasil

ABMN – Associação Brasileira de Marketing e Negócios

BS – Balanço Social

CIER – Centro Internacional de Estudos Regulares

CNI – Confederação Nacional da Indústria

FP – Folha de Pagamento

IBOPE- Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

PL – Projeto de Lei

RL – Receita Líquida

RESUMO

O presente estudo tem por objetivo analisar e comparar a Responsabilidade Social por parte de duas companhias de energia elétrica. A pesquisa é apresentada com base nos Balanços Sociais de 2004 e 2005 das empresas Celesc e Copel. Primeiramente, é realizada a fundamentação teórica da pesquisa. Os principais pontos abordados são a importância da Responsabilidade Social Empresarial, Balanço Social e os principais modelos existentes, Projeto de Lei referente a divulgação do Balanço Social, DVA e GRI. No estudo multi-caso é realizado um levantamento dos dados junto às empresas em estudo, e a partir dos dados são comparadas as informações referentes aos Indicadores Sociais, onde verifica-se, qual das duas empresas investe mais em Responsabilidade Social. O estudo em questão fornece uma base sólida de informações para que as partes interessadas possam avaliar qual o nível de investimentos das duas companhias de energia elétrica em relação a prática de Responsabilidade Social.

Palavras-chave: Responsabilidade Social. Balanço Social. Companhias de Energia Elétrica.

1.INTRODUÇÃO

Neste capítulo, apresentam-se as considerações iniciais, tema e problema, os objetivos gerais e específicos, a justificativa, a metodologia, as limitações da pesquisa e, por fim, a organização dos capítulos.

Desde 1990, a expressão Responsabilidade Social Empresarial (RSE) vem ganhando bastante repercussão na esfera mundial. Na atualidade, a RSE pode ser explicada pelo desenvolvimento de muitos fatores, dentre eles a anti-globalização, o consumismo, o ativismo dos acionistas e o aperfeiçoamento da governança corporativa.

Por um lado, os acionistas visam a melhores resultados, por outro, a sociedade luta por um desenvolvimento econômico social.

A Responsabilidade Social Empresarial é uma tentativa de equiparar os interesses dos grupos econômicos e da sociedade. A preocupação com a responsabilidade social por parte das empresas vem crescendo, isto porque as empresas enfrentam constantemente novos desafios impostos pelas exigências dos consumidores, pela pressão de grupos da sociedade organizada e por legislações e regras comerciais.

A Contabilidade fornece instrumentos para análise desses registros através do Balanço Social e da Demonstração do Valor Adicionado (DVA), assumindo assim grande importância neste contexto, pois são esses registros que esclarecem o conhecimento sobre a Responsabilidade Social por parte da sociedade.

Através dessas informações, surge a necessidade de uma análise comparativa entre as empresas para verificar o grau de importância e a disponibilidade que essas dispõem para assumir uma conduta responsável perante a sociedade.

Dessa forma, esta pesquisa pretende realizar um estudo comparativo entre duas empresas de energia elétrica, para verificar qual delas tem maior participação no mercado com relação à responsabilidade social.

1.1 TEMA E PROBLEMA

Em virtude dos mercados consumidores estarem cada vez mais modernos e exigentes, a responsabilidade social tornou-se uma ferramenta estratégica de grande valia para as empresas, ultrapassando os limites das responsabilidades legais e econômicas, voltando-se para o desenvolvimento de ações sociais e ambientais mais amplas, nas comunidades em que estão inseridas.

Adotando modernas práticas de responsabilidade social, a empresa tende a ganhar espaço no mercado, quer pela colocação de produtos ou serviços, ou pela atração de investidores para fortalecer sua base de expansão.

Desempenhando sua função social de forma correta e transparente, as empresas além de contribuírem com a sociedade em geral, adquirem uma maior propensão de se tornarem reconhecidas e valorizadas, aumentando assim, o valor do seu capital reputacional.

É de grande importância que essas ações sociais sejam registradas de forma clara e concisa. Nesse contexto a contabilidade social assume seu papel de registrar tudo o que é realizado em prol da comunidade social para facilitar o entendimento dos usuários.

Neste trabalho, pretende-se realizar uma pesquisa comparativa para verificar o grau de participação em relação às informações publicadas no Balanço Social entre duas companhias de energia elétrica, pretendendo-se assim responder a seguinte questão:

Quais são as informações existentes no balanço social, das companhias de energia, em estudo que comprovam a sua Responsabilidade Social quanto aos Indicadores Sociais Internos, Externos e Ambientais.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste trabalho consiste em comparar, através do balanço social a participação da Responsabilidade Social entre duas companhias de energia elétrica. Para isso, serão apresentados os seguintes objetivos específicos:

1.2.2 Objetivos Específicos

- Demonstrar modelos de B.S utilizado pelas duas companhias de energia elétrica.
- Comparar as informações de responsabilidade social nos balanços sociais referentes aos anos de 2004 e 2005.
- Verificar qual das empresas estudada possui maior participação no mercado com relação à Responsabilidade Social?

1.3 JUSTIFICATIVA

Atualmente, a idéia de responsabilidade social empresarial está cada vez mais difundida na sociedade. A idéia de que a atual situação do mundo requer uma atenção especial, faz com que a população exija um retorno de ações sociais por parte das empresas.

É fundamental que as empresas assumam um novo comportamento organizacional no processo de desenvolvimento, pois além de produtoras de bens e serviços, elas são também responsáveis pelo bem-estar social, do seu consumidor e do mundo em geral.

A contabilidade, como sistema de informação para tomada de decisões, é um dos principais meios de comunicação entre as empresas e os agentes sociais, tendo por obrigação buscar meios para expor à comunidade os relatórios, registros e demonstrações desses feitos através da responsabilidade social praticada pelos empresários.

Os profissionais da contabilidade são capazes de criar uma nova cultura e de fazer com que os empresários assumam um papel social relevante, pois temos instrumentos que possibilitam a isso.

O Balanço Social é um demonstrativo que engloba um conjunto de informações sobre as atividades sociais desenvolvidas pela empresa, ele tem publicação anual e é dirigido aos seus colaboradores e à comunidade em geral. (BALANÇO SOCIAL, 2007)

A principal função desse instrumento de divulgação social é tornar público o quanto e de que maneira a empresa investe no lado social, construindo assim uma maior aproximação entre a empresa, a sociedade e o meio ambiente.

No Brasil, apesar de não obrigatória, a importância da publicação do balanço social está sendo difundida, como forma das empresas demonstrarem sua responsabilidade perante a sociedade.

Diante desse novo contexto em que a contabilidade está inserida, é de extrema importância que esse demonstrativo seja divulgado com muita clareza e transparência, tornando-se útil na sua finalidade de apresentar informações qualitativas e quantitativas sobre a posição das empresas perante a sociedade, sendo assim útil para tomada de decisões, como também para comparações dos relatórios entre empresas, como está sendo apresentado neste trabalho.

1.4 METODOLOGIA

A prática de Responsabilidade Social pela empresa significa uma grande contribuição para consolidação de uma sociedade verdadeiramente democrática.

A economia mundial vem passando por uma constante evolução, as empresas estão sendo forçadas a uma maior competitividade e produtividade, passam a ter que alinhar esse comportamento às demandas da sociedade. Tal mudança decorre de novos conceitos econômicos que vêm substituir conceitos clássicos de que as empresas devem apenas gerar lucro. Dessa forma as organizações têm passado a atender cada vez mais à realidade social, cultural e ambiental.

Existem várias maneiras de apresentar tal pesquisa. Para esta, considera-se ideal a pesquisa na forma de monografia.

Andrade (1997, p.85) afirma que “monografia é um estudo científico de uma questão bem determinada e limitada, realizado com profundidade e de forma exaustiva”.

A pesquisa científica é a principal forma pela qual a humanidade alcança e transmite conhecimento propagando-se através do tempo.

Pesquisa, segundo Cervo e Bervian (1978, p.37) “pode ser definida como uma atividade voltada para a solução de problemas e seu objetivo consiste em descobrir respostas para perguntas, através do emprego de processos científicos”.

Esta monografia utiliza o tipo de pesquisa descritiva, configura-se como um estudo intermediário entre a exploratória e explicativa, ou seja, não é tão preliminar, como a primeira e nem tão aprofundada como a segunda, identificando, comparando e relatando os aspectos estudados neste trabalho.

No que diz respeito ao que procede a um estudo descritivo, com uma abordagem de pesquisa qualitativa em duas companhias de distribuição de energia elétrica.

Pesquisa descritiva para Gil (1996 p 148-149) “tem por objetivo primordial a descrição das características de determinadas populações ou fenômenos, ou então, o estabelecimento de relações variáveis”.

A pesquisa realizada destinou-se a um estudo multi-caso, a coleta de dados procedeu-se por meio de pesquisa documental indireta no qual é abordada a responsabilidade social através de uma análise comparativa dos balanços sociais entre duas companhias de distribuição de energia elétrica.

1.4.1 Trajetória Metodológica

O trabalho está sendo dividido em três fases. A primeira trata da fundamentação teórica, onde estão questionados os temas sobre: Responsabilidade Social, Partes Interessadas, Balanço Social, Modelo Proposto de Balanço Social pelo Ibase e também pelo instituto Ethos, Projeto de Lei e Demonstração do Valor Adicionado.

Na segunda fase apresenta-se o estudo multi-caso, onde é apresentado um breve histórico de cada companhia de energia elétrica, juntamente com relato do início das atividades relacionadas à Responsabilidade Social. Após mostra-se os Balanços Sociais e indicadores pertencentes a estes.

Quanto à terceira e última fase tem-se o estudo comparativo das duas companhias mostrando aspectos positivos e negativos de cada Balanço Social, fazendo-se uma comparação do desempenho e prática da Responsabilidade Social praticada pelas empresas.

1.5 LIMITAÇÕES

O presente trabalho apresenta um estudo comparativo com o objetivo de analisar as informações publicadas no Balanço Social, entre duas empresas do ramo de energia elétrica. As análises e interpretações restringem-se às empresas envolvidas no presente trabalho.

A coleta de dados das informações referentes aos Balanços Sociais dos anos 2004 e 2005 limitam-se às informações contidas nos sites oficiais das duas empresas neste período .

1.6 ORGANIZAÇÃO

O presente trabalho está dividido em quatro capítulos. O primeiro capítulo apresenta a proposta oferecida pelo estudo apresentando a introdução, definindo-se o problema levantado na pesquisa, os objetivos da pesquisa, a justificativa, a metodologia aplicada, as limitações e a organização.

O segundo capítulo apresenta a fundamentação teórica, conceituando Responsabilidade Social e Balanço Social.

O terceiro capítulo apresenta os dados coletados dos Balanços Sociais publicados das empresas pesquisadas, CELESC e COPEL, comparando os demonstrativos das duas empresas.

No quarto capítulo, são apresentadas as conclusões e sugestões da pesquisa. E, no final, estão as referências e os anexos utilizados neste trabalho.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo, serão abordados temas referentes à Responsabilidade Social e Balanço Social, exibe-se um referencial teórico.

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL

Desde 1990, a expressão Responsabilidade Social vem sendo bastante difundida na esfera mundial. Mas, afinal, o que é Responsabilidade Social?

Nos últimos anos, no Brasil, o movimento pela responsabilidade social das empresas tem adquirido força principalmente por meio de ações empresariais coletivas e de exposição da mídia.

A Responsabilidade Social é uma tentativa de conciliar os interesses dos grupos econômicos e da sociedade. A função das empresas de apenas obter lucros tem sido questionada.

As preocupações com a responsabilidade social das empresas se manifesta[ra]m paralelamente ao questionamento dos objetivos e do papel delas na sociedade. Há grandes expectativas de que as empresas como motor principal do crescimento e do desenvolvimento, tenha uma liderança mais participativa para ajudar a abordar o espectro

mais amplo de questões. Hoje existe um questionamento mais sobre o papel da iniciativa privada na sociedade. (GRAYSON E HODGES 2002, p.70)

Nesse contexto, vê-se, portanto, que a empresa não é isolada, pelo contrário, relaciona-se a todo instante com outras entidades, sejam estas pessoas, empresas, governos etc, e também com o meio ambiente. A Responsabilidade Social desenvolvida pelas empresas em benefício da comunidade traz um reflexo amplo, pois reflete diretamente no ser humano, no meio ambiente, na comunidade e até mesmo no governo.

Segundo Tinoco (2001, p.115), a responsabilidade social corporativa está relacionada com a gestão de empresas em situações cada vez mais complexas, nas quais questões ambientais e sociais são crescentemente importantes para assegurar o sucesso e a sustentabilidade dos negócios.

Com isso, as organizações têm passado a interferir cada vez mais na realidade social, cultural e ambiental das comunidades onde estão inseridas, pois o principal responsável por solucionar tais questões, o Governo, sozinho não possui condições de melhorar a atual situação. Essa relação pode ser fidelizada, através de melhorias na comunidade em geral e projetos desenvolvidos para seus empregados, através da implantação de creches, treinamento profissional, educação, medicina preventiva, e proteção ao meio ambiente.

Para Ashley (2003, p.3), a crescente complexidade dos negócios, em decorrência da velocidade das inovações tecnológicas e da transmissão das nações para um mundo globalizado, desperta no empresariado e nos governos uma nova maneira de agir, obrigando-os a desenvolver formatos diferenciados para o desenvolvimento econômico, social e ambiental. O mundo empresarial, conseqüentemente, enxerga a responsabilidade social estratégia inovadora, como elemento funcional auxiliar, na incrementação de seus lucros e potencialização de seu desenvolvimento.

A responsabilidade social é uma tentativa de equilibrar os interesses das empresas e da comunidade em geral, com a implementação de ações sociais. A empresa que ignora a política da responsabilidade social coloca em risco a sua sustentabilidade, já que a prática da mesma assume o seu valor como parte das decisões estratégicas de uma empresa.

Atualmente, o governo passou a subsidiar impostos para as empresas que praticam Responsabilidade Social, formando assim uma parceria para o desenvolvimento, uma vez que o governo, mesmo sendo o responsável por cobrir estas questões sozinho, não conseguiria obter

bons resultados. Um exemplo disso, pode ser citado no Paraná, onde o governo do estado firmou parceria com a empresa Rexona, através do projeto Rexona de Excelência em Vôlei, rendendo benefícios para ambos os lados: para a empresa o fortalecimento da sua imagem e para a comunidade prestando assistência social.

O conceito de empresa socialmente responsável se aplicará àquela que atue no ambiente de negócios de forma que atinja ou exceda as expectativas éticas, legais e comerciais. No mesmo sentido, Instituto Ethos (2001) caracteriza da seguinte forma a ação socialmente responsável das empresas:

A responsabilidade social das empresas tem como papel principal característica e coerência ética nas práticas e relações com seus diversos públicos contribuindo para o desenvolvimento contínuo de pessoas, da comunidade e dos relacionamentos entre si e o meio ambiente. Ao adicionar as suas competências básicas a conduta ética e socialmente responsável, as empresas conquistam o respeito das pessoas e das comunidades atingidas por suas atividades, o engajamento dos seus colaboradores e a preferência dos consumidores.

A sociedade passou a cobrar cada vez mais, porém agora não só do governo, mas também das empresas outras formas de solucionar a crise social, principalmente por estarem inseridas no meio social e por interagirem com este, possuem também responsabilidade social, devendo responder aos anseios da sociedade. Diante de tal cobrança, demonstrar os benefícios sociais trazidos a uma comunidade por meio de suas atividades, assumiu ponto fundamental para o sucesso de todo e qualquer tipo de entidade.

Sendo assim, a sociedade está mudando de atitude. A função das empresas de apenas obter lucro para seus acionistas tem sido questionada desde 1960, quando a sociedade civil norte americana iniciou um movimento de boicote à aquisição de produtos e ações das empresas que apoiavam a guerra do Vietnã. A Nike, em 1995, presenciou em uma semana a queda das suas ações em 57%, em consequência de uma denúncia por estar contratando fornecedores do Paquistão que utilizava mão-de-obra infantil na fabricação de seus produtos.

Segundo Tachizawa (2004,p.23) a confederação nacional da indústria (CNI) e do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística(IBOPE) realizou pesquisas recentes e o resultado revelou que 68% dos consumidores brasileiros estariam dispostos a pagar mais por um produto que não agredisse o meio ambiente. Isso sugere que as empresas que investem nas áreas social e ambiental obtém vantagens capazes de refletir em seus desempenhos econômicos.

Como pode ser observada, a responsabilidade social deixou de ser uma opção para as empresas passando a ser uma questão de sobrevivência, dentro do novo modelo estratégico onde os acionistas passam a dividir espaço com as demandas da sociedade. Para Pires, Arrigoni (2004, p.2), “as empresas de maneira geral, devem estar atentas às mudanças que ocorrem no mundo, devendo sempre que possível, acompanhá-las, sob pena de comprometer sua continuidade se não o fizer”.

A empresa que pratica Responsabilidade Social deve exercer um papel importante para com seu público interno, ou seja, seus funcionários, através de incentivos e benefícios como, saúde, educação, cultura, treinamento e desenvolvimento profissional, previdência privada e participação nos lucros, para assim motivá-los a ter um desempenho melhor.

Os investimentos na própria empresa também são de suma importância para a sobrevivência no mundo atual. Dessa forma, quem não investe na educação e no progresso de dos seus funcionários e não está atento com a saúde e alimentação de toda sua equipe – pagando baixos salários e exigindo longas jornadas de trabalho – só vai colher baixa produtividade. (TORRES 2005,p.2)

Melo Neto , Froes (2001 p.110) afirmam que investindo nas pessoas, a empresa transforma-se em seu principal ativo. Não apenas de natureza humana, mas, principalmente, social. Como ativos sociais, os empregados socializam e transformam a organização. Suas atitudes e comportamentos agregam valores à empresa.

Enfim, no contexto atual de mercado competitivo a Responsabilidade Social é uma forma de conduzir os negócios da empresa de tal maneira que a torne parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social, com a capacidade de identificar os interesses de diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, governo e o meio ambiente), e conseguir inseri-los no seu planejamento, buscando satisfazer as demandas de todos e não somente dos proprietários e acionistas.

2.1.1 Responsabilidade Social nas Empresas de Energia Elétrica

Cada vez mais os empreendedores devem estar atentos para as suas responsabilidades sociais, pois com o mercado mais competitivo, faz-se necessário que as empresas adotem novas políticas estratégicas para garantir sua sobrevivência.

Inseridas nesse contexto, encontram-se as empresas de energia elétrica, que são caracterizadas por estarem em constante expansão e preocupadas em assumir uma postura proativa, caminhando ao encontro das soluções para os problemas sociais e ambientais.

2.1.2 Partes Interessadas

Como pode ser observado, os interesses dos empresários começam a dividir espaço com as necessidades e exigências da comunidade, dos clientes, dos funcionários e dos fornecedores, chamados de *Stakeholders*, as empresas encontram-se diante de um novo modelo estratégico.

De acordo com Oliveira e Daher (2006, p.03), a simples definição de quem são realmente os *stakeholders* possui variações entre os autores, como exposto a seguir:

Autores	Definição
Freeman	“Qualquer grupo ou indivíduo que afete, ou seja afetado quando uma organização atinge seus objetivos”.
Nut e Backoff	“Todos os grupos que serão afetados ou que afetarão a estratégia da organização”.
Bryson	“Qualquer pessoa, grupo ou organização, que possa atrair atenção, recursos ou produção da organização ou ainda ser afetado por aquela produção.
Éden e Ackermann	“Indivíduos ou pequenos grupos com poder para reagir, negociar e alterar o futuro estratégico da organização”.
Johnson e Scholes	“Indivíduos ou grupos que dependam da organização para atingir os próprios objetivos e de quem, por outro lado, a organização também dependa”.

Quadro 1 - Algumas definições do conceito de *stakeholder*

Fonte: Adaptado de Bryson (apud Oliveira, Daher 2006)

Voltados para a responsabilidade social, os empresários passam a assumir a função ética de respeitar os direitos coletivos e garantir o bem-estar entre todos os agentes afetados pela empresa, incluindo neste contexto, acionistas, clientes, funcionários, fornecedores, proprietários, a comunidade em geral, e o meio ambiente, como também os gestores, os quais estão a serviço desse amplo grupamento de partes interessadas.

Para Grayson e Hodges (2003,p.260)

O envolvimento efetivo das partes interessadas (Stakeholders) requer um canal de comunicação aberto em ambas as direções compromisso de gerentes e funcionários, participação ativa em políticas publicas, manutenção de parcerias avaliação das necessidades da comunidade e compreensão da contribuição da empresa para atender suas necessidades.

Existe uma relação direta entre os *stakeholders* e a responsabilidade social, pois é necessário que exista uma harmonia e um equilíbrio entre os dois, sendo que os resultados obtidos dessa relação atinjam um universo de agentes sociais muito mais vasto que o expresso por sócios e acionistas, conseqüentemente muitas das decisões e atividades da empresa trazem conseqüências aos diversos stakeholders.

Torna-se essencial para a sustentabilidade da responsabilidade social a integração entre as empresas e os *stakeholders*.

De acordo com Ashley (2002, p.37) o envolvimento entre a empresa e seus parceiros, é bem caracterizado no quadro a seguir:

Orientação	Objetivo	Visão
Acionistas	Maximização do Lucro	Econômica
Estado/Governo	Cumprimento das Obrigações Legais	Jurídica
Empregados	Reter e Atrair Funcionários Qualificados.	Da Área de Recursos Humanos
Comunidade	Relacionamento Socialmente Responsável com a Comunidade na qual se Insere	Assistencialista
Fornecedores e Compradores	Relações Comerciais Éticas	Cadeia de produção e Consumo

Publicação de Relatório e Promoção de Marca	Balço Social	Marketing Social
Ambiente Natural	Desenvolvimento Sustentável	Ambiental

Quadro 2 – Relação da empresa com seus parceiros
 Fonte: Adaptado de Ashley (2002, p. 37)

Conforme pôde-se observar no quadro destacado anteriormente, os *stakeholdres* possuem diferentes objetivos e visões.

2.2. BALANÇO SOCIAL

O Balço Social, conhecido como relatório de sustentabilidade ou relatório de responsabilidade social, é um demonstrativo elaborado anualmente pelas empresas com a finalidade do cumprimento de sua função social, dirigida a seus colaboradores e à comunidade onde está inserida.

Tinoco (2001, p.14) diz que “O Balço Social é um instrumento de gestão e informação que visa evidenciar, da forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais, do desempenho das entidades aos mais diferenciados usuários, entre estes os funcionários”.

Sabe-se que o bem-estar social interessa a todas as ciências, e a Contabilidade começou a dar sua contribuição nesta busca com o surgimento do Balço Social.É neste contexto que a Contabilidade, a ciência que estuda a situação patrimonial e o desempenho econômico-financeiro das entidades, possui os instrumentos necessários para contribuir para a identificação do nível de responsabilidade social dos agentes econômicos. A contabilidade social:

É uma das esferas de atuação da Ciência Contábil, que se preocupa com os aspectos sociais que envolvem as atividades econômicas. É o instrumento de comunicação entre empresas e sociedade, portanto possui um papel fundamental na divulgação de problemas que dizem respeito a sociedade. Assim o papel da Contabilidade social é manter a sociedade informada. (RIBEIRO 1992, p.57)

Esses instrumentos utilizados na responsabilidade social empresarial se traduzem no Balço Social.

Atualmente, é grande o número de empresas que publica e divulga o Balanço Social, caracterizando assim a mudança de cultura. Por isso, faz-se necessário que as empresas adequem-se às mudanças impostas pelo constante processo de globalização, passando a assumir uma função social cada vez mais importante, tornando-se assim um agente social, por acabar desempenhando funções que seriam de obrigação do governo.

A função principal desse demonstrativo é tornar pública a responsabilidade social empresarial, construindo maiores vínculos entre as empresas e a sociedade e o meio ambiente, é a principal ferramenta de divulgação e comprometimento da empresa pela transformação social. (BALANÇO SOCIAL,2007)

Dessa forma, é importante a aplicação de uma metodologia de apresentação clara, concisa e transparente, identificando as informações úteis para cada usuário.

Assim como a Contabilidade, o Balanço Social tem por objetivo gerar informações que satisfaçam as necessidades de quem delas precisa.

A construção da proposta do Balanço Social deve observar os requisitos solicitados pelos mais diversos usuários, ou seja, para servir como um instrumento capaz de agregar valor, causar surpresa e desencadear ações, busca-se no usuário final, por meio da coleta de suas necessidades, a seleção de informações úteis e relevantes a serem divulgadas.(KROETZ 2000,p.84)

Vários usuários utilizam as informações contidas no Balanço Social. A seguir será apresentado o grau de importância para cada *stakeholder*.

Trabalhadores: Os dados contidos na demonstração do balanço social podem proporcionar aos trabalhadores informações para negociações com a categoria patronal. Servem também como importantes indicadores que revelam a influência que a entidade exerce sobre a sociedade e, principalmente, por divulgar as ações desenvolvidas em benefício do quadro funcional, além de construir um conjunto de características que representam o perfil de seus funcionários (sexo, faixa salarial e escolaridade).

Acionistas: Para os acionistas, as informações contidas no Balanço Social representam um conjunto de informações, que complementam as demonstrações contábeis e financeiras,

registrando ações na área social e ecológica, permitindo maior garantia na tomada de decisão e na hora de fazer suas aplicações.

Diretores e Administradores: Já os diretores e administradores observam o Balanço Social como um instrumento de controle, de planejamento e de tomada de decisão, que permite identificar tendências e oportunidades dentro e fora da empresa, proporcionando desta forma, ações capazes de melhorar os dois ambientes. O Balanço Social ainda oferece ajuda para que sejam julgadas as administrações, não apenas em função dos resultados econômicos, mas também dos resultados sociais e ecológicos.

Fornecedores: Os fornecedores são usuários assíduos, eles utilizam esse demonstrativo para evidenciar as políticas praticadas na área social e ecológica, aumentando sua credibilidade em relação à entidade, a qual fornecem seus produtos.

Cliente: O Balanço Social para os clientes apresenta uma realidade diferente da usualmente divulgada, onde eles terão a oportunidade de apreciar as políticas da instituição, as suas atuações que influenciam no ambiente social e ecológico, sua relação com os funcionários, permitindo-se desta forma traçar um perfil da entidade, e possibilitar assim, maior tranquilidade na opção do produto e serviço pretendido. Um dos objetivos principais do Balanço Social é apresentar a entidade a seu cliente, demonstrando a quantidade interna e externa da organização, servindo, dessa forma, como uma ferramenta de informação.

Sociedade: É a sociedade que por meio dos órgãos legais, concede a possibilidade às instituições de exercerem suas atividades, tendo o comprometimento e o direito de fiscalizarem as ações desenvolvidas por tais organizações, com o desígnio de identificarem possíveis danos e abusos praticados contra a própria sociedade, e contra o meio ambiente. O Balanço Social desenvolve-se com a finalidade de suprir tal necessidade informativa, concedendo à comunidade o direito de ficar a par dos acontecimentos, favoráveis e desfavoráveis, internos e externos, decorrentes das atividades desenvolvidas pelas organizações.

Governo: Observando o Balanço Social, o poder público poderá preparar um extenso banco de dados, seguro, que permita a geração de informações preciosas por segmentos sociais, por atividades e por regiões do país, permitindo o desenvolvimento de planos estratégicos (o plano plurianual, o orçamento da união) mais próximos da realidade. Também poderão ser verificados os tributos recolhidos, bem como a potencialidade de arrecadação do Valor Adicionado. Dessa forma, o Balanço Social surge como um instrumento de apoio para o

planejamento e a tomada de decisão governamental, apresentando a realidade e as tendências, em termos de ações sociais e ambientais, podendo inclusive controlar e incentivar as entidades, as quais influenciam diretamente na sociedade e no meio ambiente.

Estudiosos: As agregações dos diversos balanços sociais, irão gerar um enorme banco de dados, no que servirá de subsídios para a melhor compreensão da realidade, desencadeando o estudo e desenvolvimento de novas pesquisas, seja na área econômica, na ecológica, na contábil, na administrativa ou social.

Concorrentes: Também são usuários dessas informações contidas no Balanço Social, pois aproveitam tais dados para investigar a vida da entidade divulgadora, projetando o nível de desenvolvimento feito pelo gerenciamento e outras ações desenvolvidas em termos de responsabilidade social e ambiental.

Sindicatos: Para os sindicatos, as informações retiradas do Balanço Social servem para aperfeiçoar o processo de negociação com a classe empresarial, bem como para verificar as ações implementadas na área social, que dizem respeito ao quadro dos trabalhadores.

O Balanço Social como instrumento de divulgação desse tipo de informação pode melhorar a imagem institucional das empresas ou de marcas e produtos a ela associada, desde que se apresente não apenas como mais um atributo de marketing, mas como um demonstrativo de efetivo envolvimento da empresa com o lado social.

No Brasil, apesar de não existir uma legislação específica que obrigue a publicação desse demonstrativo, é cada vez maior o número de empresas que o publicam de forma voluntária, e muitas instituições, com o intuito de incentivar essa publicação, criaram modelos específicos com a finalidade de facilitar o entendimento dos usuários desse tipo de informação.

Não existe modelo padrão a ser seguido. O que se encontram são formatos sugeridos pelo Ibase e pelo Instituto Ethos.

O modelo mais utilizado no Brasil é o modelo do Ibase.

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), criado em 1981, é uma instituição de utilidade pública federal, sem fins lucrativos, sem vinculação religiosa e a partido político. Sua missão é a construção da democracia, combatendo desigualdades e estimulando a participação cidadã. (IBASE, 2007)

O outro modelo sugerido de relatório padronizado vem a ser o elaborado pelo Instituto Ethos.

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização não-governamental criada com a missão de mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-se as parceiras na construção de uma sociedade sustentável e justa. (ETHOS, 2007)

O primeiro relaciona o social aos lucros da empresa e também alguns dados qualitativos, já o modelo sugerido pelo Instituto Ethos utiliza o modelo do Ibase associado a mais alguns indicadores próprios direcionados a direitos humanos, condições de trabalho e relação com o meio ambiente.

Independente da sua obrigatoriedade de publicação, o Balanço Social estimula as empresas, não só com incentivos fiscais, mas também, a buscarem uma melhor qualidade de vida, tanto para o bom funcionamento da instituição, assim como, a relação entre empresa, os funcionários e a sociedade.

Segundo Mattar (2003, p.01)

Algumas organizações vêm cobrando transparência e responsabilidade das empresas, onde esta sendo demonstrada a atenção que as mesmas estão dando para a atual discussão social, a publicação do balanço social e as mudanças que tendem a ocorrer no pensamento dos dirigentes de empresas.

Com o passar do tempo está aumentando o número de publicações, com isso as empresas passam a prestar contas das atividades sociais desenvolvidas, aumentando assim automaticamente o número de usuários interessados nessas informações. Este demonstrativo que tem por objetivo transmitir a imagem de “empresa socialmente responsável” permite que a sociedade como um todo conheça melhor a empresa.

Contudo, tal construção de imagem deve ser obtida através da elaboração e de uma estratégia de desenvolvimento sustentável e não pela utilização de um relatório distorcido.

Para Elena Hahn Raupp, *apud* por Kroetz (2000 p.81)

Os indicadores resultantes do processo de avaliação contínua da satisfação de empregado, clientes e acionistas, são acompanhados e gerenciados com o auxílio da Contabilidade Gerencial, formando um conjunto de medidas que fornece à alta administração, visão rápida e abrangente do negócio”. A mesma pessoa salienta ainda que “em setores econômicos em que a construção e a manutenção das vantagens competitivas representam desafios crescentes a cada dia – como é o caso da Contabilidade Gerencial, o emprego de indicadores precisos e confiáveis é vital para a sobrevivência do negócio.

O Balanço Social tornou-se uma valiosa ferramenta estratégica, desde que seja elaborado de forma transparente e completa. É uma demonstração capaz de divulgar os investimentos e as influências da empresa para com o ambiente externo, sendo assim um importante instrumento gerencial, à medida que apresenta diversos indicadores e parâmetros, capazes de interferir na qualidade dos negócios.

Na verdade, o que se pretende é que a Contabilidade, o Balanço Social, Qualidade, Estrutura Organizacional, a Comunidade e Meio Ambiente, formem um conjunto que permaneça sempre em uma perfeita harmonia e sintonia, criando-se desta forma a intenção da busca da qualidade organizacional, social e ambiental.

2.3 MODELOS DE BALANÇO SOCIAL

As empresas estão investindo cada vez mais na questão da responsabilidade social, que ultrapassa a idéia de bem-estar da comunidade onde a empresa está inserida e engloba a questão da própria existência da sua organização, tornando-se uma questão de estratégia financeira e de sobrevivência empresarial, quando pensamos a longo prazo.

No Brasil, existem alguns modelos predominantes quanto à forma e como deve ser elaborado o Balanço Social, assim como também o que prevalece na atualidade.

Analisa-se a seguir modelos propostos pelo Ibase e Instituto Ethos;

2.3.1 Ibase

Várias instituições criaram modelos específicos de Balanço Social com o intuito de incentivar as empresas a publicarem esse demonstrativo, como forma de facilitar o entendimento dos usuários dessas informações. O modelo mais utilizado pelas empresas brasileiras é o modelo do Ibase.

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), criado em 1981, é uma instituição federal sem fins lucrativos, sem vinculação religiosa e a partido político que tem como objetivo combater as desigualdades democráticas entre os cidadãos.

O Ibase é uma instituição criada há mais de vinte anos, que passou a ficar mais conhecida pela sociedade por suas ações voltadas para a responsabilidade social e a questão da ética nas organizações, com o incentivo à prática e publicação do Balanço Social.

O Ibase foi fundado pelo sociólogo Herbert de Souza (Betinho), que durante sua trajetória cidadã, dedicou-se para a consolidação de uma sociedade verdadeiramente democrática.

Segundo Pires (2002, p. 26), o Ibase “teve como objetivo inicial o incentivo ao desenvolvimento de uma política de abordagem social por parte das empresas, deixando de lado uma postura paternalista que até então era defendida pelas empresas e aceita pela sociedade”.

Apesar de idéia de responsabilidade social empresarial já ter sido discutida há algumas décadas, a elaboração e divulgação de relatórios com informações de caráter social por parte das empresas, ou seja, o Balanço Social, só ganhou destaque nacional quando o sociólogo Betinho lançou, em junho de 1997, uma campanha pela divulgação voluntária do balanço Social.

Para estimular a participação de um maior número de corporações, em 1998, Ibase lançou o Selo Balanço Social/Ibase/Betinho, oferecido a empresas que aderirem ao modelo proposto pela entidade. Tal selo demonstra que a empresa já deu o primeiro passo para tornar-se uma empresa cidadã, apresentando publicamente seus investimentos internos e externos, mostrando também ser uma empresa comprometida com a vida de seus funcionários, da comunidade e do meio ambiente. (IBASE,2007).

É por meio desse demonstrativo que a empresa divulga suas informações sobre o desempenho social realizado, sendo possível verificar os dados referentes à receita líquida, lucro operacional, folha de pagamento bruta, alimentação, encargos sociais compulsórios, previdência privada, saúde, educação, creches/auxílio creche, participação nos lucros, e outros benefícios. No aspecto social, são observadas informações de investimentos para a sociedade, ou seja, na educação, cultura, saúde, saneamento, habitação, esporte e lazer, alimentação e também os

investimentos no meio ambiente. Com relação ao corpo funcional, o Balanço Social traz informações sobre número de empregados, admissões, contratação de mulheres como também número de cargos de chefia ocupada pelo sexo feminino, e número de empregados portadores de deficiência física referentes ao período de publicação do demonstrativo.

O modelo de balanço social propostos pelo Ibase (Anexo A), é de simples preenchimento e de bom entendimento, buscando promover aspectos sociais, econômicos e ambientais considerando o seguinte conjunto de informações:

Base de Cálculo:	Receita Líquida(RL), Resultado Operacional (RO), Folha de Pagamento Bruta (FPB)
Indicadores Sociais Internos	Relaciona informações referentes aos benefícios gerados em prol de seus colaboradores, ou seja, alimentação, previdência privada, saúde, educação, lazer, treinamentos de capacitação profissional, creche ou auxílio creche, participação nos lucros, enfim vários benefícios oferecidos que se configuram como salário indireto.
Indicadores Sociais Externos	Representa as informações referentes aos investimentos realizados na comunidade, como educação, esporte ,cultura, lazer,combate a fome, programas de saneamento, outros.
Indicadores Ambientais	Divulga os investimentos realizados em meio ambiente, tais como projetos relacionados á produção e operação da empresa para recuperar o que por ela já foi prejudicado. Investimentos em programas e projetos externos.
Indicadores de Corpo Funcional	Número de empregados (as) no final do período, Número de admissões durante o período, Número de empregados (as) terceirizados, Número de estagiários (as), Número de empregados acima de 45anos, Número de mulheres que trabalham na empresa, % de mulheres/negros que ocupam cargos de chefia, Número de portadores de deficiência física.
Informações Relevantes	Relação de maior e menor remuneração da empresa e número total de acidentes de trabalho, entre outros.

Quadro 3: Informações que compõe o Modelo Ibase de Balanço Social

Fonte: Ibase, 2005

Abaixo seguem informações referentes ao quadro 3:

1- Base de Cálculo: deve conter informações referentes à receita bruta excluída dos impostos, devoluções, abatimentos e descontos comerciais, o resultado operacional apresentado pela empresa e, por fim, a folha de pagamento bruta apresentada no período.

2- Indicadores Sociais Internos: relaciona informações referentes aos benefícios gerados em prol de seus colaboradores, ou seja, alimentação, previdência privada, saúde, educação, lazer, treinamentos de capacitação profissional, creche ou

auxílio creche, participação nos lucros, enfim vários benefícios oferecidos que se configuram como salário indireto.

3- Indicadores Sociais Externos: apresentam as informações referentes aos investimentos realizados na comunidade, como educação, cultura, lazer, programas de saneamento, etc.

4- Indicadores Ambientais: divulgam os investimentos realizados em meio ambiente, tais como projetos relacionados à produção e operação da empresa para recuperar o que por ela já foi prejudicado e também para melhorar a prevenção de prejuízos ao meio ambiente.

5 – Indicadores do Corpo Funcional: devem relacionar informações no que se refere aos seus funcionários, ou seja, número de mulheres atuantes na empresa, número de negros, número de estagiários, número de empregados contratados acima de 45 anos, entre outros indicadores do corpo funcional do modelo sugerido.

6 – Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial e um questionário relacionado à participação dos funcionários no que diz respeito a ações de responsabilidade social dirimidas pela empresa.

7 – Outras Informações: este espaço está disponível para que a empresa agregue outras informações importantes quanto ao exercício da responsabilidade social, ética e transparência. (IBASE, 2007)

O Ibase disponibiliza em seu site oficial informações quanto ao preenchimento e publicação do Balanço Social, e também divulga as empresas e seus respectivos demonstrativos em seu banco de dados, para possíveis consultas.

2.3.2 Instituto Ethos

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social é uma organização não governamental criada com o objetivo de difundir a necessidade da responsabilidade social no meio empresarial, direcionados à conscientização dos empresários sobre a integração da RSE aos objetivos da empresa.

O Instituto Ethos Responsável pela elaboração e divulgação do “Guia de elaboração do Balanço Social”, com a intenção de que funcione como uma ferramenta de gestão. Este guia sugere a padronização da forma de apresentação dos relatórios visando à criação de indicadores de responsabilidade social comparáveis entre as diversas empresas, de diversos setores, que aderiram ao modelo.

O Instituto Ethos propõe que o relatório social contenha informações acerca do histórico da empresa, seus princípios e valores, governança corporativa, diálogo com partes interessadas e indicadores de desempenho econômico, social e ambiental, de forma que possa promover a integração entre os agentes envolvidos com a empresa: público, consumidores/clientes, comunidade, meio ambiente, governo e sociedade. (ETHOS, 2007).

O Ethos sugere às empresas a adoção de alguns princípios, na área de direitos humanos: a adoção e proteção dos direitos humanos internacionais; na área de trabalho: liberdade de associação coletiva, eliminação do trabalho forçado infantil e discriminação; em relação à área de meio ambiente: adoção de medidas preventivas, iniciativas de responsabilidade social e difusão de tecnologias limpas.

O modelo de balanço social proposto pelo Instituto Ethos (Anexo B), considera o seguinte conjunto de informações: Diante do modelo sugerido pelo Ethos, pode-se analisar como deve ser o preenchimento deste relatório e a que diz respeito cada item apresentado:

1 – Mensagem do Presidente: através desta mensagem, a empresa se posiciona perante suas partes interessadas, informando a perspectiva de que resultou o processo no relatório, sendo que, deverá apresentar os principais aspectos do documento. Indica-se incluir pontos altos a serem atingidos; objetivos ambientais, econômicos e sociais a que a empresa se propõe; reconhecimento de sucessos e insucessos obtidos ao longo do processo e, por fim, desafios mais significativos no sentido de integrar a responsabilização pelo desempenho financeiro ao desempenho econômico e ambiental, bem como as implicações desses fatos nas estratégias futuras.

2 – Perfil do Empreendimento: propõe uma visão geral da empresa, sendo que permitirá uma melhor compreensão das partes, apresentadas ao longo do relatório. Os elementos que compõem este item variam de acordo com o porte da empresa, conforme o quadro abaixo.

Informações	Empresas		
	Micro/Pequenas	Médias	Grandes
Nome da Organização	X	X	X
Principais Produtos e Serviços, Inclusive Marcas	X	X	X
Número de Empregados	X	X	X
Data do Relatório Imediatamente Anterior	X	X	X
Natureza dos Mercados em que Atua/Perfil Clientes	X	X	X
Número de Plantas/Unidades			X
Espécie de Empresa			X
Desdobramento de Vendas			X
Mudanças Significativas -Tamanho, Estrutura, Propriedade, Produtos, Serviços.			X

Quadro 04– Perfil do Empreendimento

Fonte: (ETHOS, 2007)

3 – Setor da Economia: constitui-se de uma breve apresentação do setor da economia em que a empresa atua, bem como sua participação nos debates que envolvem o tema responsabilidade social empresarial.

4 – Histórico: neste espaço a oportunidade cedida à comunicação é muito importante, pois a informação referente ao surgimento do empreendimento será direcionada aos diferentes públicos. A função deste histórico é descrever um breve relato das etapas que a empresa percorreu até o seu apontamento.

5 – Missão e Visão: a missão é a razão da existência da empresa, ou seja, é uma justificativa por meio da qual a organização serve à sociedade. A visão consiste na direção estratégica da empresa, no que diz respeito a assuntos de ordem ética, ambiental, econômica e social.

6 – Princípios e Valores: inserir os princípios e valores que se referem à tomada de decisão. Cabe salientar também que neste espaço é adequado para apresentar o código de conduta da organização, bem como sua estratégia de ação.

7 – Estrutura e Funcionamento: evidencia as principais informações relacionadas a como a empresa opera suas atividades e os aspectos mais significativos dos sistemas de gestão de pessoas, gestão de qualidade, entre outros processos.

8 – Governança Corporativa: apresenta seu sistema de governança, principalmente no que se refere à estrutura e funcionamento do Conselho de Administração.

9 – Diálogo com Partes Interessadas: trata dos critérios e processos utilizados pela organização para relacionar-se com os seus diversos usuários das informações.

10 – Indicadores de Desempenho: neste item, a empresa expõe seus indicadores de desempenho no que diz respeito à responsabilidade social, os quais constituem elementos indispensáveis na viabilização do diálogo com seus usuários em geral. Os indicadores devem ser distribuídos em: Aspectos Qualitativos, sendo a descrição de resultados e práticas de gestão que representam indicadores de desempenho e responsabilidade social; e Indicadores Quantitativos, que são os resultados mensuráveis e monitorados apresentados em números. Outros Indicadores Sugeridos, descrição tanto de informações qualitativas, quanto de indicadores quantitativos.

10.1 – Indicadores de Desempenho Econômico: evidenciam os impactos econômicos da empresa, priorizando a transparência e a ética.

10.2 – Indicadores de Desempenho Social: este indicador demonstra os impactos das atividades da empresa em relação a seus usuários, seja ele o público interno ou a sociedade em geral.

10.3 – Indicadores de Desempenho Ambiental: demonstram os impactos de diferentes tipos e intensidade relacionados ao meio ambiente. Uma empresa socialmente responsável deve gerenciar suas atividades de maneira a identificar estes impactos, buscando minimizar aqueles que são negativos e amplificar os positivos.

11 – Demonstrativo do Balanço Social (Modelo IBASE): apresenta o modelo de Balanço Social proposto pelo instituto IBASE.

12 – Iniciativas do Interesse da Sociedade (Projetos Sociais): demonstram as iniciativas de caráter social, ambiental e cultural desenvolvidas pela empresa.

13 – Notas Gerais: este espaço é destinado às notas explicativas no que se refere ao contexto e metodologia do processo de informações, produção dos indicadores e auditorias realizadas. (ETHOS,2007).

A entidade não exclui a manutenção do balanço social em outros modelos, pelo contrário, tem promovido a integração deles, como acontece com o modelo do Ibase.

2.3.3 Global Reporting Initiative – GRI

A GRI foi lançada em 1997 como uma iniciativa conjunta da organização não governamental Coalition for Environmentally Responsible Economies (Ceres) e do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (Pnuma) e tem por objetivo melhorar a qualidade, o rigor e a aplicabilidade dos relatórios de sustentabilidade. Essa iniciativa tem recebido o apoio efetivo e a participação de representantes da indústria, de grupos ativistas sem fins lucrativos, de órgãos contábeis, de organizações de investidores e de sindicatos, entre outros. O primeiro conjunto de Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade da GRI foi lançado em junho de 2000 e atualizado em 2002.

As referidas diretrizes representam mais um avanço no atendimento às crescentes demandas por informação. Ao reunir milhares de parceiros e centenas de organizações interessadas, a GRI continua trabalhando rumo a homogeneização de relatórios, maximizando o seu valor tanto para as próprias organizações relatoras quanto para os usuários.

Conforme Ribeiro (2005, p.122-123), as diretrizes têm o objetivo de propiciar direcionamento para que os relatórios:

- apresentassem uma visão clara do impacto ecológico e humano da empresa, a fim de apoiar a tomada de decisão quanto a investimentos, parceiros e terceirização;
- proporcionassem às partes interessadas informações confiáveis e relevantes;
- apoiassem a avaliação e melhoria contínua do seu desempenho e progresso;
- respeitassem e ampliassem, consistentemente, os critérios externos já estabelecidos e aceitos para a elaboração de relatórios, a fim de lhe garantir transparência e credibilidade;
- apresentassem formato compreensível, que facilitasse a comparação com relatórios emitidos por outras organizações;
- complementassem outras formas de comunicação, incluindo as de natureza financeira;
- ilustrassem a relação entre os três elementos da sustentabilidade: o econômico (que inclui a informação financeira, mas não se limita a ela) o ambiental e o social.

As diretrizes podem ser utilizadas de maneira voluntária por organizações de qualquer tipo, tamanho e localidade que desejam elaborar relatórios sobre as dimensões econômica, ambiental e social de suas atividades, produtos e serviços.

De acordo com a opção escolhida quanto à utilização das Diretrizes, uma organização pode utilizar relatório de acordo com as Diretrizes (seguindo estritamente as recomendações da

GRI) ou uma abordagem informal, que começa com uma adesão parcial aos princípios e/ou ao conteúdo das Diretrizes e progressivamente alcança um nível mais completo de adesão (GRI, 2002 p.14).

A medida em que mais indicadores da GRI forem sendo utilizados, o grau de abrangência do relatório também aumenta, pois passa a cobrir um número maior de itens que proporcionarão uma estrutura mais completa, levando a uma maior comparabilidade para com o relatório de outras empresas.

De acordo com as Diretrizes GRI, o desempenho econômico deve abordar informações sobre o impacto econômico direto em relação aos clientes, fornecedores, funcionários, investidores e setor público. O desempenho ambiental retratará os aspectos ambientais decorrentes do uso de materiais, energia, água, das emissões e resíduos, sobre a biodiversidade, os fornecedores, produtos e serviços, transportes e adequação a legislação. O desempenho social abordará as práticas trabalhistas no que tange a emprego, relações com funcionários, saúde, segurança, treinamento, educação, diversidade e oportunidade, os direitos humanos no que se refere a: estratégia e gestão, não discriminação, liberdade de associação e de negociação coletiva, trabalho infantil, trabalho forçado e compulsório, procedimentos disciplinares, procedimentos de segurança, direitos indígenas; sociedade sob os aspectos comunidade, suborno, corrupção, contribuições políticas, competição e política de preços; e finalmente, responsabilidade sobre produtos e serviços, abordando saúde e segurança dos consumidores, produtos e serviços, propaganda, respeito e privacidade.

Conforme a GRI (2002, p.13-14), o que se ganha ao elaborar relatório “de acordo com” é o aumento do grau de comparabilidade (que é aspecto básico da missão da GRI, por meio de procedimentos comuns em sua elaboração), flexibilidade (visto que os diversos setores da economia utilizar-se-iam do mesmo modelo) e de transparência (onde as organizações relatoras devem indicar claramente como foram usadas as Diretrizes e os indicadores essenciais, que por sua vez são elaboradas conforme a decisão dos emitentes do relatório, não esquecendo que a omissão de indicadores essenciais deve ser justificada).

2.4 PROJETO DE LEI

Agora que já temos noção quanto ao que tem sido divulgado, discutido e publicado sobre o balanço social, torna-se necessário que se conheçam os procedimentos ocorridos no Brasil quanto a questão legal da publicação do BS.

No congresso nacional, circulam algumas Leis e Projetos relacionados à obrigatoriedade da publicação do balanço social, no sentido de apoiar a responsabilidade social das empresas.

Contudo, antes que sejam apresentados projetos sobre a obrigatoriedade no Brasil é necessário que se esclareça o que ela representa.

Para Bueno (2000, p.666), “entende-se que a obrigatoriedade representa aquilo que é imposto pela Lei”.

Na esfera municipal, vários municípios adotaram a prática da responsabilidade social, o município de São Paulo, através da resolução nº 005/98 "Cria o Dia e o Selo da Empresa Cidadã às empresas que apresentarem qualidade em seu balanço social e dá outras providências". A autoria é da Vereadora Aldaiza Sposati. Esta Resolução está em vigor e já premiou diversas empresas na Cidade de São Paulo. No município de Santo André/SP, o projeto de Lei 004/97, tornou-se a Lei nº 7.672, de 18 de junho de 1998, de autoria do Vereador Carlinhos Augusto, "Cria o Selo Empresa-Cidadã às empresas que instituírem e apresentarem qualidade em seu Balanço Social e dá outras providências". No município de Porto Alegre, a Lei 8118/98 de autoria do Vereador Hélio Corbelini do PSB "Cria o Balanço Social das Empresas estabelecidas no âmbito do Município de Porto Alegre e dá outras providências". Esta lei foi sancionada em 05/01/98 e publicada em 09/01/98 no Diário Oficial.

Na esfera estadual, o estado do Amazonas ganha destaque através da Lei 2.843/03, a qual estabelece o “Certificado de responsabilidade Social”. O estado do Mato Grosso através da Lei nº 7687/02 também passa a promover o “Certificado de Responsabilidade Social”. No Rio Grande do Sul, a Lei 11.440/00 disciplinou o Balanço Social para as empresas situadas no próprio estado.

O Projeto de Lei nº 3.116/97(Anexo C), de âmbito federal, elaborado por Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e por Sandra Starling, que criava e tornava obrigatório o balanço social para todas as empresas públicas e privadas que tenham 100 ou mais funcionários. Porém, este projeto de lei foi arquivado em 01/02/98.

Segundo Torres (2001, p. 28) “Muitas iniciativas têm sido tomadas no sentido, de cada vez mais, ter-se as empresas cumprindo um de seus principais papéis no desenvolvimento de pessoas e da sociedade. Porém, infelizmente, isso não pode ser tomado como regra e muitas

empresas não têm se preocupado com esse tipo de informação e as que fazem não têm utilizado formas, periodicidade e critérios uniformes de divulgação. Dessa forma o PL n . 3.116/97 busca esta uniformidade”.

Atualmente, tramita na Câmara de Deputados o Projeto de Lei 32/99 (Anexo D) que foi apresentado pelo Deputado Paulo Rocha, que seria uma reedição do PL 3.116/97, e estabelece a obrigatoriedade da elaboração e publicação anual do balanço social pelas empresas privadas que possuam mais de 100 funcionários , no ano anterior a sua elaboração, e pelas empresas públicas, independente do número de funcionários. Para que seja finalizado esse processo, o Projeto terá que passar pela Comissão de Trabalho, Comissão de Finanças, Comissão de Constituição e Justiça para finalmente ser aprovado.

E a justificativa do projeto acrescenta Torres (2001, p. 27) é:

Elaborar o Balanço Social é um estímulo à reflexão sobre as ações da empresa no campo social. O balanço social estimulará o controle social sobre o uso de incentivos fiscais e outros mecanismos de compreensão de gastos com trabalhadores. Ajudará na identificação de políticas de recursos humanos e servirá como parâmetro de ações dos diferentes setores e instâncias da empresa, no campo de políticas sociais.

Como pode ser observado, no Brasil, existem manifestações legais com intuito de legalizar a publicação do Balanço Social.

2.5 DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO

A Demonstração do Valor Adicionado é um demonstrativo contábil, de grande importância gerencial e também para as atividades punho social.

Para Kroetz (2000, p. 40), a Demonstração do Valor Adicionado assim se revela:

A DVA é na realidade a diferença entre os recursos consumidos que a organização adquiriu de terceiros e o que ela produziu, ou seja, representa o que foi agregado de valor ao produto/serviço (riqueza gerada), dentro de seu ciclo operacional. Demonstrando, ainda, sua distribuição para empregados, governo, financiadores, acionistas/sócios etc.

O objetivo principal desse demonstrativo é informar aos seus diversos usuários, o valor da riqueza criada pela empresa bem como a sua respectiva distribuição.

A DVA se configura como importante informação de natureza sócio-econômica que possibilita evidenciar quanto foi acrescentado à economia, em termos monetários, e de que forma esse valor foi distribuído entre os agentes que contribuíram para a sua formação.

Assumindo assim, um papel importante de apoio gerencial, por fornecer informações referentes à avaliação do potencial de desempenho da empresa na geração de riquezas e no quesito social.

De acordo com Santos (2003, p.16):

A DVA começa a materializar uma forma de visualização dos benefícios (malefícios) a respeito da participação das empresas de uma sociedade, principalmente no que se refere à capacidade de geração (valor adicionado) e à distribuição de riquezas.

A DVA extrai suas informações das escriturações contábeis, integra o balanço social e não substitui as demais demonstrações.

A Demonstração do Valor Adicionado é de publicação voluntária, ou seja, ainda não exigido por lei. Tramita na Câmara dos Deputados o Projeto de Lei nº. 3.741/2000, que tem como objetivo alterar a Lei 6.404/76, em seu Art. 176, no que se refere às Demonstrações Contábeis obrigatórias, a fim de tornar a DVA um demonstrativo obrigatório no Brasil.

A seguir, será apresentado o modelo de DVA proposto pela Fipecafi.

INSTITUIÇÃO:
DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO DO EXERCÍCIO DE:
Em Milhares de Reais

DESCRIÇÃO	Pela Legislação Societária	Correção Monetária Integral
1 RECEITAS		
1.1 Intermediação Financeira		
1.2 Prestação de Serviços		
1.3 Provisão para Devedores Duvidosos - Reversão/(Constituição)		
2 DESPESAS DE INTERMEDIÇÃO FINANCEIRA		
3 INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS		
3.1 Materiais, Energia e Outros		
3.2 Serviços de Terceiros		
3.3 Perda/Recuperação de Valores Ativos		
4 VALOR ADICIONADO BRUTO (1 - 2 - 3)		
5 RETENÇÕES		
5.1 Depreciação, Amortização e Exaustão		
5 VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE (4 - 5)		
6 VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA		
6.1 Resultado de Equivalência Patrimonial		
7 VALOR ADICIONADO A DISTRIBUIR (6 + 7)		
8 DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO*		
8.1 Pessoal e Encargos		
8.2 Impostos, Taxas e Contribuições		
8.3 Aluguéis		
8.4 Juros sobre Capital Próprio e Dividendos		
8.5 Lucros Retidos/Prejuízo do Exercício		

Quadro 5- Modelo de Demonstração do Valor Adicionado – Fipecafi

Fonte: (Zanluca , 2007)

As instruções para o preenchimento da DVA são retiradas da Contabilidade, logo deve ser respeitado o Princípio da Competência.

Os Princípios fundamentais de Contabilidade representam a essência das doutrinas e teorias relativas à Ciência da Contabilidade consoante o atendimento predominante nos universos científicos e profissionais de nosso País. Concernem, pois, à Contabilidade no seu sentido mais amplo de ciência social, cujo objetivo é o patrimônio das entidades. Os princípios estão definidos pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) por meio da Resolução CFC número 750/93.

Estas Regras são utilizadas para melhor entender o funcionamento do processo contábil, como um todo e tem como finalidade estabelecer padrões, a fim de que os demonstrativos financeiros das empresas possam ser comparados em bases iguais. Os Princípios surgiram de

forma espontânea, ao longo do tempo, exatamente porque atendia às necessidades informacionais da época.

A classificação da Contabilidade no ramo das ciências sociais é defendida por Schmidt (1998, p.20), quando argumenta que “embora os fenômenos contábeis não se confundam com os sociais, o fator social é preponderante”.

A contabilidade é uma ciência de caráter essencialmente prático. Ao longo dos anos, diversos critérios foram desenvolvidos, diversas opções foram efetuadas, numa tentativa de normalizar e de se chegar a uma melhor forma de controlar o patrimônio de uma entidade. Considerando o patrimônio da entidade como objeto da contabilidade são identificados sete princípios da contabilidade que são: Princípio da Entidade, Princípio da Continuidade, Princípio da Oportunidade, Princípio do Registro pelo Valor Original, Princípio de Atualização Monetária, Princípio da Competência e o Princípio da Prudência.

O estudo destes princípios é de relevante importância para a execução de trabalhos que envolvam a contabilidade, pois todas as empresas que sofreram algum tipo de autuação certamente deixaram de obedecer a um ou mais dos Princípios Fundamentais da Contabilidade.

3. ANÁLISE DAS EMPRESAS PESQUISADAS

Este capítulo apresenta um breve histórico de duas companhias de energia elétrica, no qual será analisada a participação como empresa socialmente responsável, através dos dados publicados em seus respectivos balanços sociais. A coleta de dados foi realizada através de pesquisas aos sites oficiais das instituições, livros e informativos fornecidos pelas mesmas.

Após análise comparativa de Responsabilidade Social assumida pela CELESC (Centrais Elétricas de Santa Catarina) , e COPEL (Companhia Paranaense de Energia), serão apresentados os resultados da pesquisa.

3.1 BREVE HISTÓRICO DAS EMPRESAS DE ENERGIA ELÉTRICA

A seguir apresenta-se um breve histórico das duas companhias elétricas, Celesc e Copel, bem como suas iniciativas e responsabilidade social.

3.1.1 Celesc

A Celesc (Centrais Elétricas de Santa Catarina) foi criada em 9 de dezembro de 1955 pelo Decreto Estadual nº 22, assinado pelo Governador Irineu Bornhausen. Na época, a necessidade energética do Estado era suprida por pequenos e médios sistemas elétricos regionalizados, geralmente mantidos pela iniciativa privada, que foram construídos a partir do início daquele século.

O modelo regionalizado, porém, começou a mostrar-se incapaz de responder ao incremento da demanda quando o ciclo desenvolvimentista implementado por Juscelino Kubitschek começou a tomar conta do País. Preocupado em oferecer condições de infra-estrutura para os novos investimentos, o Governo do Estado decidiu, então, pela criação de uma pasta com atribuições voltadas à ampliação da infra-estrutura básica.

A princípio, então, a Celesc funcionou como um órgão de planejamento e como responsável pelo repasse de recursos públicos às companhias que operavam o sistema elétrico, para garantir a expansão necessária dos serviços. Com o passar do tempo, ela passou a assumir, gradativamente, o controle acionário das empresas regionais, com a atribuição de planejar e, também, operar o sistema elétrico estadual.

Um dos resultados imediatos do fato de a Celesc assumir o controle da operação foi a inclusão de Santa Catarina no Sistema Elétrico Interligado Sul - Sudeste. A medida, finalmente, garantiu o fornecimento de eletricidade adequado ao parque industrial catarinense.

Hoje, a área de concessão da Empresa detém o melhor índice de eletrificação rural do País e um dos melhores no meio urbano. A qualidade dos seus serviços é reconhecida nacional e internacionalmente. Por quatro anos consecutivos (2003, 2004, 2005 e 2006), foi merecedora do Prêmio CIER categoria Ouro, concedido para a empresa com melhor índice de satisfação dos clientes residenciais pela Comisión de Integración Energética Regional. O CIER congrega 190 empresas e organismos de 10 países da América Latina, além do México, Canadá, Portugal e Espanha.

No Brasil, entre muitos outros méritos, recebeu o Prêmio Abradee, conferido pela Associação Brasileira de Distribuidoras de Energia Elétrica, que reúne 61 concessionárias, como a Melhor do Sul do Brasil na Avaliação do Cliente em 2004 e 2005 e como a Melhor do País na Avaliação do Cliente em 1999 e 2006.

Sua presença também se destaca junto ao mercado de capitais, onde ingressou no ano de 1973. Em 2002, foi a primeira empresa do País a aderir ao Nível 2 de Governança Corporativa da Bovespa, *status* conquistado com a adoção do seu atual modelo de gestão, voltado a resultados e orientado para o mercado, apesar do controle estatal.

Sua missão é atuar de forma rentável no mercado de energia, serviços e segmentos de infra-estrutura afins, promovendo a satisfação de clientes, acionistas e empregados, contribuindo para o desenvolvimento sustentável da sociedade.

A Celesc busca constante aprimoramento da eficiência operacional e dos resultados financeiros, assim como a satisfação do público interno, provando aos potenciais investidores que suas ações estão baseadas nos princípios da profissionalização, governança corporativa, transparência da informação, extensão de direitos aos sócios minoritários e blindagem política às decisões empresariais.

Para a Celesc, Responsabilidade Social Empresarial é uma forma de gestão que se define pela relação ética e transparência da empresa com todos os públicos com os quais se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis como o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Hoje, a Responsabilidade Social Empresarial é um instrumento fundamental para o estado, como fomentador de políticas públicas e, para as empresas, uma estratégia de mercado,

pois em termos de mundialização do capital, o diferencial é a atuação da empresa na comunidade onde ela se insere. (CELESC, 2007)

Para a prática da Responsabilidade Social a Celesc adotou as orientações do Ibase e do Instituto Ethos, e reafirma seu compromisso com a construção da cidadania e com a elevação da qualidade de vida, fiscalizando e recomendando a seus fornecedores e prestadores de serviços o respeito à legislação e seus trabalhadores.

O Programa de Responsabilidade da Celesc é coordenada pela Assessoria de Responsabilidade Social Empresarial (ASRS), que está diretamente subordinada à Presidência da empresa .

A seleção dos projetos a serem desenvolvidos é feita de acordo com as Diretrizes de Responsabilidade Social Empresarial, com base em três linhas de ação: Exclusão Social e Cidadania, Educação e Meio-Ambiente, Saúde e Qualidade de Vida.

Projetos de Inclusão Social e Cidadania: Tô Ligado; Projeto Jovem Aprendiz; Conexão Celesc; Campanha sou do Bem, Você Também; Celesc Amiga da Comunidade; Cinema na Favela; Coral de Libras, Teatro e Livro de Libras; Energia que Alimenta; Projeto Baixa Renda; Celesc vai a Comunidade, Fatura Social.

Educação e Meio Ambiente: Energia do Futuro; Se Liga Mané; Energia do Lixo; Energia do Saber; Indústria do Talento; Mata Atlântica, em 2006 publicou os seus Princípios de Política Ambiental.

Saúde e Qualidade de Vida: Esporte e Saúde; PPTAD; Cuide-se.

A Celesc investe na qualidade de vida de seus colaboradores, a empresa vem concedendo, por meio de acordos coletivos, participação de lucros, auxílio creche, contribuição partidária para previdência privada, auxílio alimentação, auxílio excepcional/deficiente físico, vale transporte, seguro de vida e auxílio funeral.

A preocupação da companhia com a qualidade de vida dos seus colaboradores também reflete em programas para o bem-estar e qualidade de vida, são desenvolvidos programas de Prevenção e tratamento do Alcoolismo e outras Dependências Químicas (PPTAD), Vivendo e

Valorizando a Aposentadoria (VIVA), Programa Qualidade de Vida (PQV), Programa Integrar (Programa de Acompanhamento de Novos Funcionários), entre outros que visam ao bem estar e a qualidade de vida de seus colaboradores. A empresa também investe na saúde de seus trabalhadores, realizando periodicamente inspeções de segurança sob responsabilidade dos profissionais de segurança no trabalho.

A execução de projetos é realizada de forma interativa, envolvendo vários agentes sociais: comunidade, organizações governamentais e não governamentais, para potencializar as ações, atender às necessidades da comunidade e contribuir para seu desenvolvimento. A construção dessa política é resultante do entrelaçamento das ações com base em indicadores internos, externos e ambientais e da ação conjunta desses mesmos agentes.

A Celesc, investe na qualidade de vida de seus colaboradores, a empresa vem concedendo, por meio de acordos coletivos, participação de lucros, auxílio creche, contribuição partidária para previdência privada, auxílio alimentação, auxílio excepcional/deficiente físico, vale transporte, seguro vida e auxílio funeral.

Na questão de responsabilidade sócio-ambiental, a empresa adota uma política permanente, fazendo parte da missão e do planejamento estratégico da mesma, e constitui-se como valor fundamental. A Celesc vem atuando em consonância com as práticas ambientais setoriais, tendo como meta o perfeito enquadramento de seus empreendimentos aos ditames legais e normativos, e como desafio, alcançar até o final de 2008, a conformidade legal da totalidade de atividades e/ou serviços cuja implantação deu-se anteriormente à instituição das Leis Ambientais.

A empresa publicou em 2006 os seus Princípios de Política Ambiental, foi um grande avanço para a empresa nas questões sócio-ambientais, são traduzidos nestes princípios além das conformidades legais e normativas de suas atividades e serviços, a perfeita interação das características sócio-ambientais com a sociedade catarinense, seu corpo funcional, consumidores e fornecedores.

Com a prática da responsabilidade social, as ações da Celesc na bolsa de valores tiveram uma alta expressiva. Também renderam à empresa alguns prêmios importantes como, o de Empresa Cidadã, prêmio estadual promovido pela ADVB, categoria destaque comunitário através dos projetos To Ligado e Energia do Futuro, dois prêmios nacionais concedidos pela ABMN

também pelo projeto Energia do Futuro e também destaque na Revista Expressão a qual monitora empresas que se dedicam ao assunto.

O Balanço Social da Celesc (Anexo E) utiliza o modelo proposto pelo IBASE , contendo informações no que se refere ao desenvolvimento de suas atividades sociais no contexto tanto interno quanto externo da organização, além de outras informações relevantes ao exercício da cidadania. O Balanço Social é publicado juntamente com as demais demonstrações contábeis.

3.1.2 Copel

Através do Decreto nº 14.947 de 26 de outubro de 1954, assinado por Bento Munhoz da Rocha Netto, o Governo Estadual criou a Copel– Companhia Paranaense de Energia Elétrica (hoje apenas Companhia Paranaense de Energia), tendo como base principal para a integralização de seu capital o Fundo Estadual de Eletrificação.

Em 1956, com o Decreto nº 1.412, a Copel passou a centralizar todas as ações governamentais de planejamento, construção e exploração dos sistemas de produção, transmissão, transformação, distribuição e comércio de energia elétrica e serviços correlatos, tendo incorporado todos os bens, serviços e obras em poder de diversos órgãos. Coube-lhe, então, a responsabilidade pela construção dos grandes sistemas de integração energética e dos empreendimentos hidrelétricos previstos no Plano de Eletrificação do Paraná.

O consumo na Capital, no entanto, precisava ainda ser equacionado. Os racionamentos eram constantes e o número de consumidores crescia assustadoramente em todas as categorias: entre 1960 e 1970, os consumidores residenciais passaram de 17.055 para 126.528; o número de ligações industriais saltou de 96 para 1.833 e as localidades atendidas cresceram de 14 para 245.

Esses desafios foram enfrentados com pesados investimentos na construção de grandes centrais elétricas, tanto na Serra do Mar como no Rio Iguaçu.

No início da década de 70, a Copel incorporou 23 empresas privadas, 47 órgãos municipais fornecedores de energia e 123 empresas auto-produtoras. Ao mesmo tempo, consolidou-se a implantação do sistema elétrico estadual e a interligação deste com as regiões Sul e Sudeste do país.

Os prêmios conquistados pela COPEL e a qualidade de seus serviços refletem o seu empenho na busca pela satisfação e pelo conforto de seu cliente. Dentre os principais prêmios e certificados conquistados pela COPEL, destacam-se os seguintes: 1º lugar Top of Mind Paraná (Sexta vez consecutiva), Prêmio Expressão de Ecologia (Revista Expressão), 2º Lugar Entre as 199 maiores Empresas do Paraná (Revista Amanha), Prêmio Abradee Melhor Distribuidora de Energia Elétrica da Região Sul, Premio Abradee Responsabilidade Social, Premio IASC Da Anel Melhor Índice de Satisfação dos Clientes da Região Sul, entre outros.

A Copel, maior empresa do Estado, abriu seu capital ao mercado de ações em abril de 1994 (Bovespa) e tornou-se em julho de 1997 a primeira do setor elétrico brasileiro listada na Bolsa de Valores de Nova York. Sua marca também está presente, desde junho de 2002, na Comunidade Econômica Européia, com seu ingresso na Latibex – o braço latino-americano da Bolsa de valores de Madri.

Hoje, em termos percentuais, a Copel responde sozinha por algo como 7% de toda a eletricidade gerada no Brasil, A Companhia atende diretamente a 3.385.738 unidades consumidoras em 393 municípios e 1.111 localidades (distritos, vilas e povoados).

Sua missão é promover a excelência em gestão pública, visando contribuir para a melhoria da qualidade dos serviços públicos prestados ao cidadão e para o aumento da competitividade do país.

O conceito de Responsabilidade Social Empresarial é novo e ainda não foi uniformizado em nível mundial. Ele se fortalece a partir da constatação de que as empresas têm um papel essencial a cumprir, juntamente com os governos e a sociedade civil, na solução das imensas desigualdades sociais e da quase irreversível catástrofe ambiental que vivemos este início de milênio. (COPEL,2007)

A proposta das ações é que o clima organizacional seja propício ao bem-estar, à satisfação e à motivação das pessoas.

A energia da Copel confirma a cidadania dos paranaenses. São programas voltados para famílias de baixa renda, ações em comunidades carentes e parcerias com as Secretarias de Governo que fortalecem a presença constante e a confiança da população nos serviços e produtos da Copel. Energia elétrica legalizada e de graça, informações e serviços nos bairros e acesso à Internet para escolas são apenas alguns dos exemplos da atuação da estatal. Entre os programas destaques citamos: Irrigação Noturna, Luz Fraterna, Luz Legal e Copel na Comunidade.

A Copel investe em seus funcionários. A empresa tem compromisso com o desenvolvimento social de seus colaboradores. Por isso oferece diversos cursos de capacitação e aprimoramento e bolsas de estudo para incentivar uma melhor qualificação de seu corpo funcional. Preocupa-se também com a Segurança no Trabalho, todas as unidades da empresa contam com uma equipe interna de prevenção a acidentes de trabalho.

A empresa desenvolve diversas ações para qualidade de vida de seus colaboradores. Entre outras, a COPEL realiza as seguintes atividades de Qualidade de Vida e Segurança no Trabalho: palestras de segurança, Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), Programa de Dependências Químicas (PCAQ), Campanhas de Vacinação, Medicina do Trabalho e Gestão da Saúde, Palestras de segurança entre outros.

Anualmente, a COPEL realiza uma pesquisa do clima organizacional (PCO), que visa avaliar o bem-estar, a satisfação e a motivação da força de trabalho. Oferece benefícios para os seus colaboradores e respectivos familiares, além da obrigatoriedade legal, como auxílio-doença, auxílio-alimentação, auxílio-creche e auxílio a portadores de necessidades especiais, auxílio funeral, plano de saúde, plano odontológico, assistência farmacêutica, etc.

A COPEL desenvolve e apóia diversos projetos sociais em áreas estratégicas para o desenvolvimento humano e comunitário. A prática da responsabilidade social para a Copel, também se dá através de ajuda a diversas entidades com doações diretas e indiretas, exercendo voluntariado, conhecendo e exercitando assim cada vez mais a responsabilidade social e também proporciona apoio e viabilização a projetos culturais próprios e de terceiros, e gerencia a distribuição de recursos advindos das leis de incentivo à cultura, também responde pelas atividades dos museus e dos corais da COPEL.

A empresa também exige que seus fornecedores pratiquem a responsabilidade social como forma de disseminação da mesma, estabelecendo em seu contrato uma cláusula onde o contratado se compromete a respeitar as condições sociais de bem estar geral da com unidade.

Em termos de responsabilidade ambiental, a Copel é pioneira nesta área, desenvolvendo ações desde 1970, as quais foram precursoras para a criação da legislação ambiental em vigor atualmente em nosso país.

Como uma empresa ambientalmente responsável e comprometida com o desenvolvimento sustentável e com a aplicação de medidas de conservação ambiental cada vez mais efetiva, a Copel está implantando um Sistema de Gestão Ambiental.

O objetivo maior da gestão ambiental deve ser a busca permanente de melhoria da qualidade ambiental dos serviços, produtos e ambiente de trabalho.

O Balanço Social da Copel (Anexo F) utiliza o modelo proposto pelo IBASE , contendo informações no que se refere ao desenvolvimento de suas atividades sociais no contexto tanto interno quanto externo da organização, além de outras informações relevantes ao exercício da cidadania. O Balanço Social é publicado juntamente com as demais demonstrações contábeis.

3.2 ESTUDO COMPARATIVO DAS DUAS EMPRESAS

Analisando os balanços sociais das empresas tratadas neste trabalho, observou-se que as duas adotam o modelo Ibase para publicação dos seus demonstrativos sociais. Os indicadores analisados neste trabalho estão relacionados no quadro abaixo:

	Celesc		Copel	
	2004	2005	2004	2005
Folha de Pagamento	x	x	x	x
Indicadores Sociais Internos	x	x	x	x
Indicadores Sociais Externos	x	x	x	x
Indicadores Ambientais	x	x	x	x
Indicadores de Corpo Funcional	x	x	x	x

Quadro 6- Indicadores Analisados
Fonte: (Adaptado SILVA, 2007)

3.2.1 Base de Cálculo

No que se refere a esse indicador, no balanço social da Celesc observou-se que a folha de pagamento apresentou um crescimento percentual de 4,72% do ano 2004 para 2005. A Copel também apresentou um aumento percentual de 18,90% de um ano para o outro.

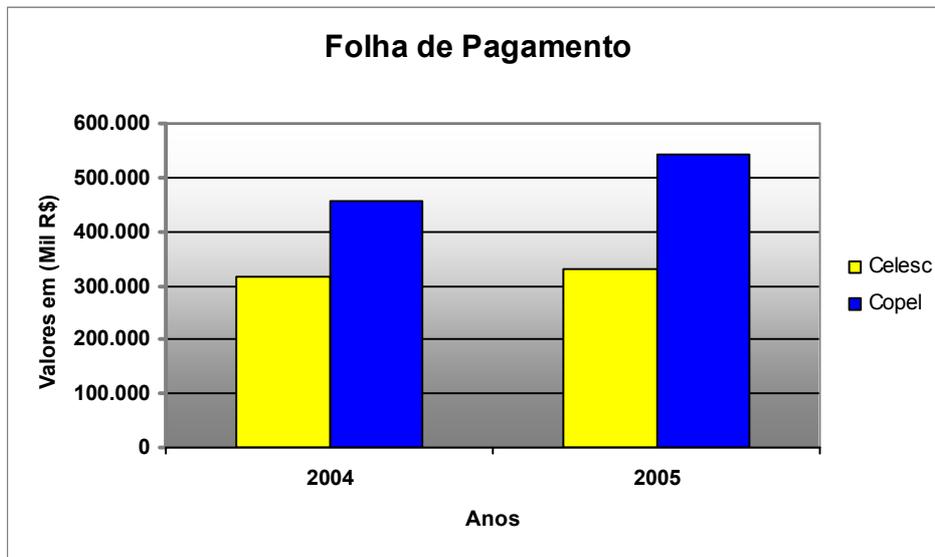


Figura 1 – Folha de Pagamento
 Fonte: (BALANÇOSOCIAL,2007)

Cabe ressaltar que, as duas empresas apresentaram crescimento em seus percentuais, porém a Copel de acordo com a figura, possui uma folha de pagamento superior, em virtude de ter um número maior de funcionários, sendo de 7.775, já a Celesc possuía um corpo funcional de 3.590 no final de 2005.

3.2.2 Indicadores Sociais Internos

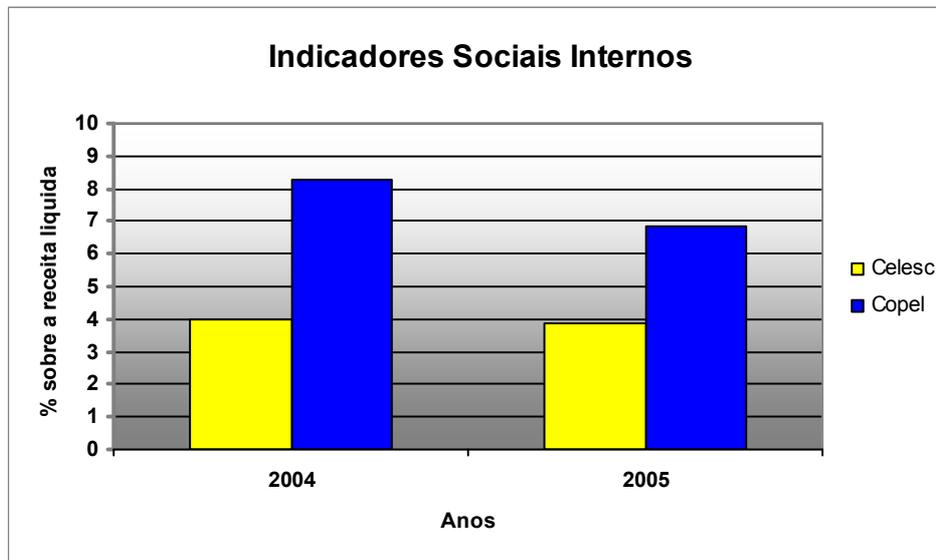


Figura 2 – Indicadores Sociais Internos
 Fonte: Fonte: (BALANÇOSOCIAL,2007)

No que se refere ao gasto com Indicadores Sociais Internos, onde são abordadas as informações dos percentuais de investimentos em prol de seus colaboradores, conforme demonstrado em seu balanço social, através de uma análise comparativa com a receita líquida, observou-se que a Celesc de 2004 para 2005 apresentou uma redução de 3%. Já a Copel no mesmo período apresentou uma redução de 17,40% .

Cabe ressaltar que na Copel os valores direcionados a cada um desses indicadores, com exceção aos gastos com auxílio creche, são superiores aos divulgados pela Celesc.

3.2.3 Indicadores Sociais Externos

A Celesc de 2004 para 2005 apresentou um decréscimo percentual considerável de 17,81% nos seus investimentos em favor da sociedade. A Copel apresentou uma queda de aproximadamente 1% de um ano para o outro..Procedendo-se a análise dos Indicadores Sociais Externos observou-se que em 2004 e 2005 as duas empresas não destinaram investimentos para

habitação, lazer e diversão, creches e alimentação . Cabe ainda ressaltar que apenas a Celesc direcionou nos dois anos investimentos ao item Combate à Fome e Segurança Alimentar, e a Copel destinou investimentos para esportes no ano de 2005, observando-se que em 2004 para este item os investimentos foram nulos.

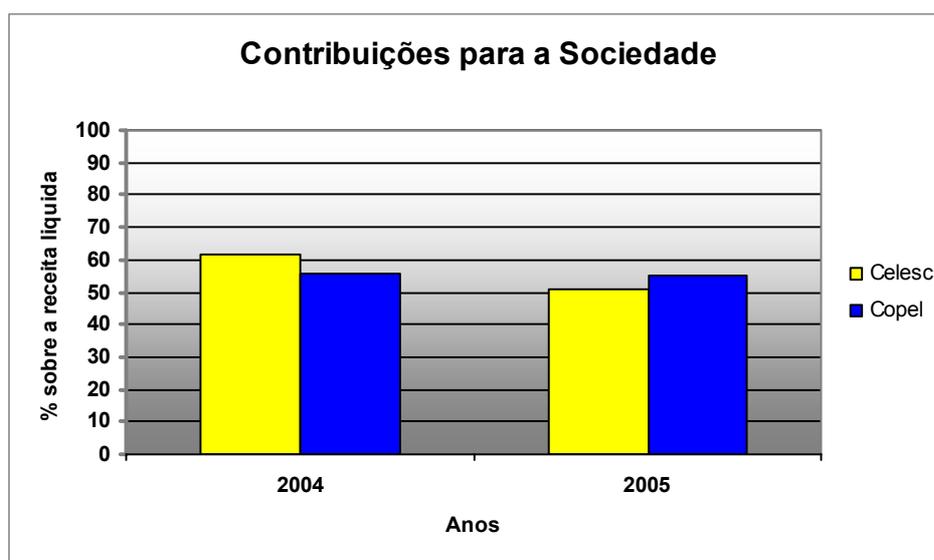


Figura 3 – Indicadores Sociais Externos
Fonte: Fonte: (BALANÇOSOCIAL,2007)

Considerando-se que os tributos (excluídos os encargos sociais), também são considerados Indicadores Externos, a Celesc teve uma diminuição de 22,47% de 2004 para 2005 em relação a receita líquida, e a Copel também apresentou uma diminuição de 1,1% de um ano para o outro.

3.2.4 Indicadores Ambientais

No que se refere a este item, as duas empresas apresentam investimentos, na Celesc houve uma redução de 15,15% no Total de Investimentos em Meio Ambiente sobre a RL de 2004 para 2005.

Na Copel houve um crescimento considerável de 60,93%, a empresa está implantando um Sistema de Gestão Ambiental, o qual visa a busca permanente da melhoria da qualidade ambiental dos serviços, produtos e ambiente de trabalho. A Celesc publicou em 2006 os seus Princípios de Política Ambiental, foi um grande avanço para a empresa nas questões sócio-ambientais, onde são traduzidos nestes princípios além das conformidades legais e normativas de suas atividades e serviços, a perfeita interação das características sócio-ambientais com a sociedade catarinense, seu corpo funcional, consumidores e fornecedores.

3.2.5 Receita Líquida x Indicadores

Tabela 1 – Relação Receita Líquida x Indicadores

	Celesc				Copel			
	2004 (R\$)	%	2005 (R\$)	%	2004 (R\$)	%	2005 (R\$)	%
Receita Líquida	2.644.660	100	2.994.460	100	3.925.774	100	4.853.536	100
Indicadores Sociais Internos	105.191	3,98	115.684	3,86	325.388	8,29	333.136	6,86
Indicadores Sociais Externos	1.636.497	61,88	1.523.051	50,86	2.190.579	55,8	2.679.213	55,2
Indicadores Ambientais	17.407	0,66	16.835	0,56	25.138	0,64	50.093	1,03

Fonte: (Adaptado SILVA, 2007)

Analisando-se a relação Receita Líquida x Indicadores, pode-se observar que a Celesc destaca-se com um percentual médio de 56,37% com contribuições para a sociedade. A Copel no que diz respeito a esse indicador manteve uma média de 55,50% de 2004 para 2005.

Em relação aos indicadores internos a Copel apresentou um maior desempenho apresentando uma média de 7,57% contra 3,92 da Celesc.

A Copel também obteve um melhor resultado tratando-se de indicadores ambientais apresentou uma média de 0,83% entre 2004 e 2005 contra 0,61% de resultado da Celesc.

3.2.6 Indicadores de Corpo Funcional

Neste descreve-se os indicadores do corpo funcional da Celesc e da Copel.

3.2.6.1 Celesc

Com referência aos Indicadores do Corpo Funcional apresentados no Balanço Social de 2004 e 2005, da Celesc, faz-se as seguintes observações:

- 1- a empresa apresentou uma redução de 0,5% no números de empregados de 2004 para 2005;
- 2- o número de admissões durante o período também apresentou uma redução de 10%.
- 3- o número de empregados terceirizados apresentou uma redução de 9,5% de 2004 para 2005;
- 4- o percentual do número de estagiários teve um aumento de aproximadamente 1%, passando de 336 em 2004 para 340 estagiários em 2005;
- 5- no que se refere ao número de empregados acima de 45 anos, a empresa apresentou um aumento de 8,40 % de 2004 para 2005, sendo que de um ano para o outro esse percentual cresceu, respectivamente de 38,22% para 41,67% do quadro funcional total, ou seja um aumento considerado relevante;
- 6- houve um aumento do número de mulheres no corpo funcional total da empresa, de 527 em 2004 para 530 em 2004;
- 7- o número de cargos de chefia ocupados por mulheres de 2004 para 2005 apresentou um aumento de 6,66%;
- 8- o número de empregados negros que trabalhavam na empresa em 2004 correspondia a 2,19% do corpo funcional total da empresa, no ano de 2005 houve uma redução passando a representar 1,92%, apenas um desses funcionários ocupa cargo de chefia;

9- o número de funcionários portadores de deficiência ou necessidade especiais, apresentou uma redução no quadro de funcionários passando de 6 em 2004 para 2 em 2005;

3.2.6.2 Copel

Considerando-se os indicadores do Corpo Funcional contidos no Balanço Social de 2004 e 2005 da Copel, faz-se as seguintes observações:

1- a empresa apresentou um aumento de 14,15% no número de empregados de 2004 para 2005;

2- o número de admissões de um período para o outro apresentou um aumento considerável, de 599 no ano de 2004 para 1210 em 2005;

3- o número de empregados terceirizados apresentou uma queda de 17,21%;

4- o número de estagiários apresentou um aumento de 3,33% ou seja, de 840 em 2004 para 868 em 2005;

5- o número de empregados acima de 45 anos, teve um aumento de 14,67% passando de 2235 correspondendo a 32,81% do quadro funcional em 2004 para 2563 em 2005 equivalendo a 32,96 % do quadro funcional total;

6- no que se refere ao número de mulheres que trabalhavam na empresa também apresentou uma progressão de 11,54% de um ano para o outro, porém em relação ao total do quadro funcional houve uma redução, passando de um percentual de 18,05% do total do quadro funcional em 2004, para 17,64% em 2005;

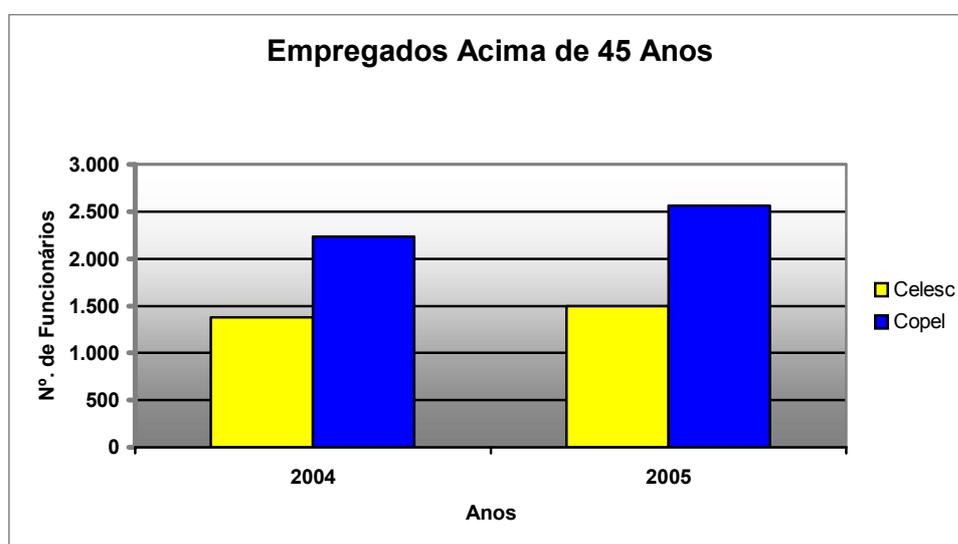
7- o número de cargos de chefia ocupados por mulheres em 2004 era de 7, passando para 8 em 2005, isto representa um aumento 14,28% de um ano para o outro;

8- o número de negros que trabalhavam na companhia era de 572 em 2004, passando para 682 em 2005, representando uma progressão de 19,23% de um ano para o outro. No que se refere ao número de cargos de chefia ocupados por negros, permaneceu-se inalterado durante estes dois anos;

9- a empresa empregou em 2004, 289 portadores de deficiência ou necessidades especiais ou seja 4,24% do seu quadro funcional, já em 2005 esse número

caiu para 73, passando a representar menos de 1% do seu quadro funcional total, houve uma queda considerável de um ano para o outro;

Diante do estudo comparativo individual das duas empresas, caracterizou-se uma melhoria do ano de 2004 para 2005, com referência a alguns indicadores sociais. No que diz respeito ao número de funcionários que possuem idade acima de 45 anos, a Celesc obteve um aumento 8,40% no ano de 2004 para 2005, a Copel apresentou um aumento 14,67% de um ano para outro. Conforme a figura 5:



Figura

4- Empregados Acima de 45 Anos
Fonte: (BALANÇOSOCIAL,2007)

Outro indicador para destacar seria o N° de Mulheres que Trabalham na Empresa, a Celesc apresentou um aumento pequeno de 0,5% de 2004 para 2005, a Copel também apresentou um aumento de 11,54% de um ano para o outro;

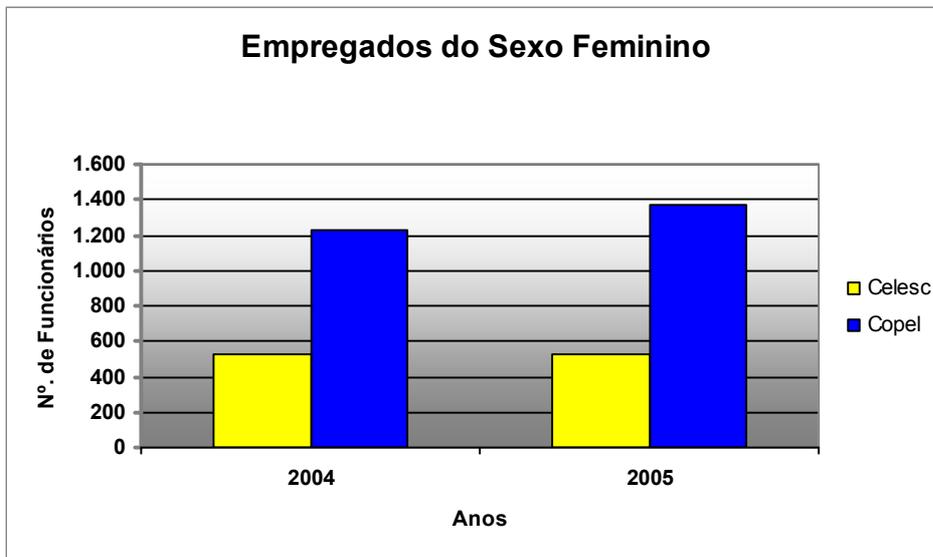


Figura 5– N° de Mulheres que Trabalham na Empresa
 Fonte: (BALANÇOSOCIAL,2007)

Ao analisar o número de negros que trabalham nestas empresas, observou-se que a Celesc apresentou uma queda de 12,66%, enquanto a Copel apresentou um aumento de 19,23% de um ano para o outro.

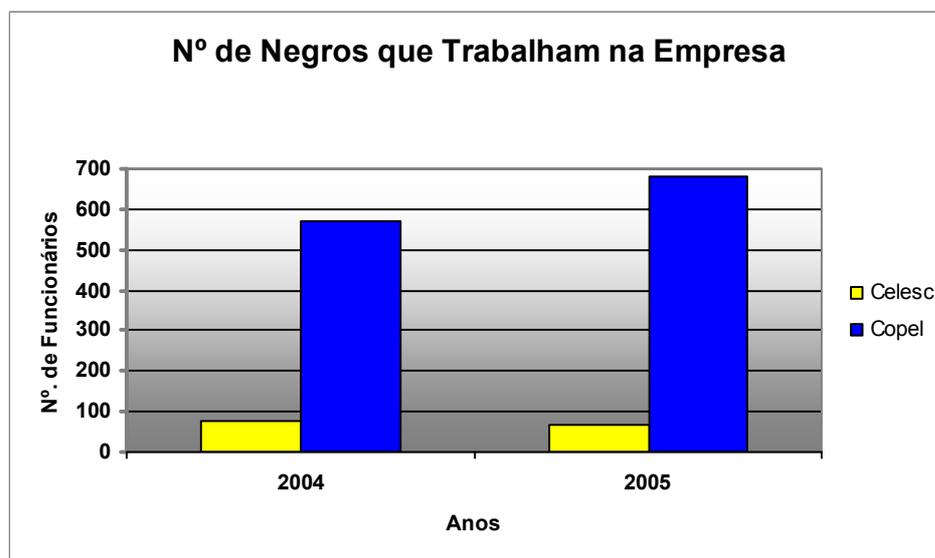


Figura 6– N° de Negros que Trabalham na Empresa
 Fonte: (BALANÇOSOCIAL,2007)

Em relação ao número de cargos de chefia ocupado por negros, as duas empresas não apresentaram alterações nos percentuais divulgados em seus demonstrativos. A Celesc apresenta apenas um funcionário negro ocupando cargos de chefia, enquanto a Copel apresenta três funcionários negros ocupando o cargo de chefia.

4. CONCLUSÃO E SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS

Neste capítulo apresentam-se as considerações quanto à problemática, quanto aos objetivos e por fim quanto as sugestões para futuros trabalhos.

4.1 CONCLUSÃO

Observou-se que em virtude dos mercados consumidores estarem cada vez mais competitivos, a responsabilidade social passou a ser indispensável para uma empresa que

pretende ganhar espaço ou até mesmo permanecer no mercado, deixando de ser uma opção passando a ser uma questão de sobrevivência e sustentabilidade de suas ações.

Analisando-se as informações apresentadas neste trabalho, observou-se que a tendência das empresas de energia elétrica é cada vez mais desenvolver sua função social, com o intuito de minimizar problemas sócio-econômicos e também problemas futuros com o meio ambiente. A função da empresa de apenas obter lucro tem sido questionada, a sociedade passou a cobrar das empresas uma conduta ética e socialmente responsável, sendo assim se faz necessário que as empresas assumam o seu papel de agente social também, para garantir sua sobrevivência.

Com relação ao objetivo geral desta pesquisa, observou-se que entre as duas companhias de energia elétrica, existem interesses semelhantes no que se refere aos investimentos em ações sociais, pois contribuir para o meio social e ambiental, também é uma forma de se fortalecer no mercado assumindo o papel de uma empresa ética, consciente e comprometida com a sociedade.

Através da análise desenvolvida do Balanço Social da Celesc, observou-se que os Indicadores Sociais Internos de 2004 para 2005 cresceram 3 %, no entanto, nos Indicadores Sociais Externos o desempenho não foi o mesmo de um ano para o outro, com uma redução de 17,81 %.

Ao verificar os Indicadores do Corpo Funcional da Celesc, notou-se que o número de admissões em 2005 foi menor que em 2004 de 207 para 187. Cabe salientar que nessas admissões estão incluídos empregados do sexo feminino, negros e portadores de deficiência ou necessidades especiais, face os percentuais destes indicadores também terem progredido no Balanço Social.

Na Copel, os Indicadores Sociais Internos de 2004 para 2005 apresentaram uma redução de 17,4 %. Tratando-se dos Indicadores Sociais Externos, a Copel apresentou uma queda de 1%. Ao analisar os Indicadores do Corpo Funcional da Copel, observou-se que o número de admissões realizadas de 2004 para 2005 praticamente dobrou de 599 para 1210.

É importante ressaltar que não se pode afirmar qual das duas instituições tem a maior representatividade no tocante às ações sociais e ambientais, pois para isso seria necessário um estudo mais aprofundado com relação aos valores e projetos investidos em responsabilidade social.

Diante deste estudo, percebeu-se a importância do quesito transparência nestas organizações quando se trata de responsabilidade social e também na sua disposição em publicar seu Balanço Social para todos os interessados.

O tema tratado neste trabalho é visto atualmente com grande ênfase nas relações com investidores, fornecedores e sociedade. Em geral, sugere-se um estudo mais aprofundado sobre o que realmente as organizações estão fazendo para contribuir com a sustentabilidade, e se os dados divulgados, estão de acordo com o que realmente as empresas vem praticando no âmbito social e ambiental, através de entrevistas aos gestores das empresas, visitas as instalações das organizações e entrevistas com as comunidades atendidas pelos projetos sociais praticados pela empresa.

4.2 SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS

Com relação ao estudo descritivo efetuado neste trabalho, sugere-se pesquisar quais os futuros projetos de ações que possuem em relação ao meio ambiente e quais as medidas que serão tomadas para contribuir com a preservação dos recursos naturais, que atualmente estão sendo prejudicados pelas grandes indústrias. Propõem-se fazer uma análise dos fornecedores e clientes destas empresas para verificar se de fato eles assumem a postura ética em relação à RSE. Além disso, também sugere-se realizar uma pesquisa apurando os trâmites da criação da lei que obriga a publicação do Balanço Social no Brasil.

Ainda sugere-se um estudo comparativo com entrevistas semi-estruturadas aos *stakeholders* das duas empresas, para verificar o conhecimento destas sobre a atuação das empresas quanto à Responsabilidade Social.

Para finalizar, propõem-se fazer uma relação comparativa entre empresas de diferentes setores e estados brasileiros em períodos mais recentes.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como Preparar Trabalhos Para Cursos de Pós Graduação: Noções Práticas**. 2.ed; São Paulo: Atlas, 1997.

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

BALANÇO SOCIAL. Disponível em: <http://www.balancosocial.org.br>. Acesso em: 22 ago. 2007

BRASIL. **Lei nº. 6.404 de 15 de dezembro de 1976.** Dispõe sobre as Sociedades por Ações. Disponível em: <http://www.cvm.gov.br>. Acesso em: 01 set 2007.

BRASIL. **Projeto de Lei nº. 3.741 de 08 de novembro de 2000.** Altera e revoga dispositivos da Lei nº. 6.404 de 15 de dezembro de 1976, definem e estendem às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e publicação de demonstrações contábeis e dispõe sobre os requisitos de qualificação de entidades de estudo e divulgação de princípios, normas e padrões de contabilidade e auditoria como Organizações da Sociedade Civil de Interesse Público. Disponível em: <http://www.cvm.gov.br>. Acesso em: 01 set 2007.

BUENO, Silveira. **Dicionário escolar.** 2 ed. São Paulo: Ediouro, 2000.

CELESC. Disponível em: <http://www.celesc.com.br>. Acesso em 29 jul 2007.

CERVO, A.L. e BERVIAN, P. A. **Metodologia científica.** 2 ed. São Paulo: Mc Grawhill do Brasil, 1998.

COPEL. Disponível em: <http://www.copel.com>. Acesso em 17 jul 2007.

CUNHA, Renata. **Balanco social facultativo ou obrigatório.** Monografia de graduação. UFSC/ Florianópolis, 2002.

ETHOS: Disponível em: <http://www.ethos.org.br>. Acesso em: 17 set. 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GLOBAL REPORTING INICIATIVE. Diretrizes para Relatórios de Sustentabilidade. Disponível em: http://www.globalreporting.org/guidelines/2002/2002Portuguese_B.pdf. Acesso em 02 de dezembro de 2007.

GRAYSON, David. HODGES, Adrian. **Compromisso social e gestão empresarial.** 1 ed. São Paulo: Publifolha, 2002.

IBASE. Disponível em: <http://www.ibase.org.br>. Acesso em: 14 ago. 2007.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balanco Social: uma proposta de normatização.** Revista do Conselho Regional de Contabilidade, Rio Grande do Sul, n. 104, p. 56 e 64, maio. 2001.

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balanco Social :teoria e prática.** São Paulo. Atlas, 2000.

MATTAR, Flávia. **Sem vergonha da transparência.** Disponível em : <http://www.ibase.org.br>. Acesso em 15 ago.2007

MELO NETO, Francisco P; FROES César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro.** 1. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

OLIVEIRA, Marcelle Colares, DAHER, Wilton de Medeiros. Responsabilidade social corporativa e geração de valor reputacional: estudo multicaso, segundo o modelo de Hopkins, de

empresas do setor energético do nordeste brasileiro. Dissertação de Mestrado. UNIFOR, Fortaleza, 2006.

TACHIZAWA, Takeslay. **Gestão Ambiental e Responsabilidade Social Corporativa: Estratégias de Negócios Focados na Realidade Brasileira.** São Paulo. Atlas, 2004.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanco Social:** uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

PIRES, Mirian Albert, ARRIGONI, Fernando José. **A Ausência de Padronização e o Seu Reflexo na Análise dos Balanços Sociais:** um estudo de quatro grandes empresas capixabas. In. Simpósio FUCAPE DE PRODUÇÃO CINÉTICA, 2, 2004 Vitória.

PIRES, Mirian,Albert. **Balanco social: uma análise das empresas do estado do Espírito Santo.** Monografia de graduação. Espírito Santo. UFES, 2002.

RIBEIRO, Maísa de Souza. **Contabilidade e Meio Ambiente.** Dissertação de Mestrado. São Paulo: FEA / USP, 1992.

SANTOS, Ariovaldo dos. **Demonstração do valor adicionado:** como elaborar e analisar a DVA. São Paulo. Atlas, 2003.

SILVA, Michelle Ariane. **Análise de responsabilidade social:** estudo comparativo de duas instituições financeiras. Monografia graduação. UFSC, Florianópolis,2007.

TORRES,Ciro. **Um Pouco da História do Balanco Social.** Disponível: www.ibase.org.Br. Acesso: 19 agosto, 2007.

TORRES, Ciro. **Responsabilidade social das empresas e balanço social no Brasil.** In SILVA, César Augusto Tibúrcio & Freire, Fátima de Souza. **Balanco social teoria e prática.** São Paulo. Atlas 2001, 15-31 p.

ZANLUCA, Júlio César. Disponível em: [http// www.portaldacontabilidade](http://www.portaldacontabilidade). Acesso em 16 de nov. 2007

ANEXOS

Anexo A – Modelo de Balanço Social Proposto pelo IBASE

1 - Base de Cálculo						
	2006 Valor (Mil reais)			2005 Valor (Mil reais)		
Receita líquida (RL)	0			0		
Resultado operacional (RO)	0			0		
Folha de pagamento bruta (FPB)	0			0		
2 - Indicadores Sociais Internos						
	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (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 (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Educação						
Cultura						
Saúde e saneamento						
Esporte						
Combate à fome e segurança alimentar						
Outros						
Total das contribuições para a sociedade						
Tributos (excluídos encargos sociais)						
Total - Indicadores sociais externos						
4 - Indicadores Ambientais						
	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa						
Investimentos em programas e/ou projetos externos						
Total dos investimentos em meio ambiente						
Quanto ao estabelecimento de "metas anuais" para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/ operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa	<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%		<input type="checkbox"/> não possui metas <input type="checkbox"/> cumpre de 51 a 75% <input type="checkbox"/> cumpre de 0 a 50% <input type="checkbox"/> cumpre de 76 a 100%			
5 - Indicadores do Corpo Funcional						
	2006			2005		
Nº de empregados(as) ao final do período	0			0		
Nº de admissões durante o período	0			0		
Nº de empregados(as) terceirizados(as)	0			0		
Nº de estagiários(as)	0			0		
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	0			0		
Nº de mulheres que trabalham na empresa	0			0		
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	0,00%			0,00%		
Nº de negros(as) que trabalham na empresa	0			0		
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	0,00%			0,00%		
Nº de portadores(as) de deficiência ou necessidades especiais	0			0		

6 - Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2006			Metas 2007		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	0			0		
Número total de acidentes de trabalho	0			0		
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) + Cipa	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input type="checkbox"/> seguirá as normas da OIT	<input checked="" type="checkbox"/> incentivará e seguirá a OIT
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
A participação dos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> são exigidos	<input type="checkbox"/> não serão considerados	<input checked="" type="checkbox"/> serão sugeridos	<input type="checkbox"/> serão exigidos
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apóia	<input type="checkbox"/> organiza e incentiva	<input type="checkbox"/> não se envolverá	<input type="checkbox"/> apoiará	<input checked="" type="checkbox"/> organizará e incentivará
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	na empresa _____	no Procon _____	na Justiça _____	na empresa _____	no Procon _____	na Justiça _____
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	na empresa _____%	no Procon _____%	na Justiça _____%	na empresa _____%	no Procon _____%	na Justiça _____%
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2006:			Em 2005:		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	_____% governo	_____% colaboradores(as)	_____% acionistas	_____% governo	_____% colaboradores(as)	_____% acionistas
	_____% terceiros	_____% retido		_____% terceiros	_____% retido	

7 - Outras Informações

Anexo B – Modelo de Balanço Social Proposto pelo ETHOS

Parte I - Apresentação
01 Mensagem do Presidente
02 Perfil do Empreendimento
03 Setor da Economia
Parte II - A Empresa
04 Histórico
05 Missão e Visão
06 Princípios e Valores
07 Estrutura e Funcionamento
08 Governança Corporativa
Parte III - A Atividade Empresarial
09 Diálogo com Partes Interessadas
10 Indicadores de Desempenho
10.1 Indicadores de Desempenho Econômico
10.2 Indicadores de Desempenho Social
10.3 Indicadores de Desempenho Ambiental
Parte IV - Anexos
11 Demonstrativo do Balanço Social (Modelo IBASE)
12 Iniciativas do Interesse da Sociedade (Projetos Sociais)

Câmara dos Deputados

PROJETO DE LEI Nº. 3.116 DE 1997

(Das Sras. Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling).

Cria o balanço social para as empresas que menciona e dá
outras providências.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º. Ficam obrigadas a elaborar, anualmente, o Balanço Social:

I – as empresas privadas que tiveram cem empregados ou mais no ano anterior à sua elaboração;

II – as empresas públicas, sociedades de economia mista, empresas permissionárias e concessionárias de serviços públicos em todos os níveis da administração pública, independentemente do número de empregados.

Art. 2º. Balanço Social é o documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitam identificar o perfil da atuação social da empresa durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente.

Art. 3º. O Balanço Social deverá conter informações sobre:

I – A empresa: faturamento bruto; lucro operacional; folha de pagamento bruta, detalhando o total das remunerações e valor total pago a empresas prestadoras de serviço;

II – Os empregados: número de empregados existentes no início e no final do ano, discriminando a antigüidade na empresa; admissões e demissões durante o ano; escolaridade, sexo, cor e qualificação dos empregados; número de empregados por faixa etária; número de dependentes menores; número mensal de empregados temporários; valor total da participação dos empregados no lucro da empresa; total da remuneração paga a qualquer título às mulheres na empresa; percentagem de mulheres em cargos de chefia em relação ao total de cargos de chefia da empresa; número total de horas-extras trabalhadas; valor total das horas-extras pagas;

III – valor dos encargos sociais pagos, especificando cada item;

IV – Valor dos tributos pagos, especificando cada item;

V – Alimentação do trabalhador: gastos com restaurante, tiquete-refeição, lanches, cestas básicas e outros gastos com a alimentação dos empregados, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VI - Educação: valor dos gastos com treinamento profissional; programas de estágios (excluídos salários); reembolso de educação; bolsas escolares; assinaturas de revistas; gastos com biblioteca (excluído pessoal); outros gastos com educação e treinamento dos empregados, destacando os gastos com os empregados adolescentes; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VII – Saúde dos empregados: valor dos gastos com planos de saúde; assistência médica; programas de medicina preventiva; programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VIII – Segurança no trabalho: valor dos gastos com segurança no trabalho, especificando os equipamentos de proteção individual e coletiva na empresa;

IX – Outros benefícios: seguros (valor da parcela paga pela empresa); valor dos empréstimos aos empregados (só o custo); gastos com atividades recreativas; transportes; creches e outros benefícios oferecidos aos empregados; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

X – Previdência privada: planos especiais de aposentadoria; fundações providenciárias; complementações; benefícios aos aposentados; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

XI – Investimentos na comunidade: valor dos investimentos na comunidade (não incluir gastos com empregados) nas áreas de cultura, esportes, habitação, saúde pública, saneamento, assistência social segurança, urbanização, defesa civil, educação, obras públicas,

campanhas públicas e outros, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

XII – Investimentos em meio ambiente: reflorestamento; despoluição; gastos com introdução de métodos não-poluente e outros gastos que visem à conservação ou melhoria do meio ambiente, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

Parágrafo Único: Os valores mencionados no Balanço Social deverão ser apresentados relacionando-se o percentual de cada item em relação à folha de pagamento e ao lucro operacional da empresa.

Art. 4º. As empresas mencionadas no artigo 1º. deverão dar publicidade ao seu balanço social, na forma do artigo 7º e 8º. desta lei, até o dia 30 de abril de cada ano.

Parágrafo Único: As empresas que são obrigadas a publicar balanço patrimonial e financeiro seguirão os prazos previstos na legislação específica, e farão publicar o Balanço Social juntamente com aquele.

Art. 5º O Poder Executivo poderá utilizar-se das informações do Balanço social das empresas com vistas à formulação de políticas e programas de natureza econômico-social, em nível nacional e regional.

Art. 6º É facultada às empresas não mencionadas nos incisos I e II do artigo 1º a apresentação do balanço social.

Art. 7º O Balanço Social será afixado na entrada principal dos estabelecimentos da empresa nos seis primeiros meses da sua divulgação.

Art. 8º É garantido o acesso e divulgação do Balanço Social aos empregados da empresa e às autoridades e órgão governamentais e do Legislativo, sindicatos, universidades e

demais instituições públicas ou privadas ligadas ao estudo e à pesquisa das relações de trabalho ou da promoção da cidadania.

Art. 9º As obrigações contidas na presente lei não substituem quaisquer outras obrigações de prestação de informações aos órgãos públicos anteriormente estabelecidos pela legislação.

Art. 10 As empresas que não atenderem ou fraudarem, no todo ou em parte, ao disposto na presente lei, ficarão impedidas de participar de licitação e contratos da Administração Pública, de se beneficiar de incentivos fiscais e dos programas de crédito oficiais e serão sujeitas à multa pecuniária no valor a ser definido pelo Executivo, que será dobrada em caso de reincidência.

Parágrafo Único: O Poder Executivo deverá dar publicidade das empresas que não cumprirem o disposto no artigo 1º ao final de cada exercício.

Art. 11 O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de noventa dias a contar da sua publicação, dispondo sobre as medidas necessárias à sua plena eficácia, inclusive sobre os critérios de fiscalização e os órgãos competentes ao seu fiel cumprimento.

Art. 12 Esta lei entra em vigor no exercício financeiro subsequente ao de sua publicação.

Art. 13 Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

Um dos consensos mundiais neste final de século, expressado inclusive na Cúpula do Desenvolvimento Humano de Copenhague/95, diz respeito ao compromisso das empresas de se empenharem na promoção do desenvolvimento social.

Nas últimas décadas, assiste-se a uma crescente preocupação das empresas, no Brasil e em todo o mundo, em realizar investimentos que contribuam para a qualidade de vida de seus trabalhadores e da comunidade onde a empresa se insere.

Em nosso país, medidas de diferentes naturezas (incentivos fiscais, por exemplo) já têm sido tomadas com o intuito de estimular tais práticas.

Amplia-se a consciência sobre a responsabilidade de preservação do meio ambiente e da viabilidade de aplicação de parte dos lucros auferidos, em programas ou projetos que beneficiam não só os trabalhadores e trabalhadoras da empresa, mas também outros setores sociais.

Ao mesmo tempo, novos contextos marcam o mundo do trabalho, tais como a diminuição do trabalho assalariado, aumento da participação feminina e processos de reconversão tecnológica. Novos mecanismos de negociação entre empregados e empregadores são estabelecidos e se consolida cada dia mais, a necessidade de maior visibilidade de indicadores desses contextos.

Acrescer a obrigatoriedade de elaboração do Balanço Social é responder a uma demanda de prestação de contas formal dos investimentos feitos na empresa.

Registre-se que desde 1977 é obrigatória, na França, a elaboração do Balanço Social das empresas, com grande detalhamento dos padrões de atendimento aos trabalhadores.

Trazendo o debate para o Brasil, este tema tem merecido a atenção de Herbert de Souza, o Betinho, que propôs que fossem incluídas no Balanço Social novas dimensões, incorporando os investimentos das empresas na comunidade externa à empresa (Folha de São Paulo, 26.03.97).

Apresentá-los numa só peça demonstrativa contribuirá para identificar o *perfil social das empresas*. Não gera novos encargos, nem novas cláusulas sociais, apenas expõe a realidade.

Elaborar o Balanço Social é um estímulo à reflexão sobre as ações das empresas no campo social. O Balanço Social estimulará o controle social sobre o uso dos incentivos fiscais ou outros mecanismos de compensação de gastos com trabalhadores. Ajudará na identificação de políticas de recursos humanos e servirá como parâmetro de ações dos diferentes setores e instâncias da empresa, nos campos das políticas sociais.

Além disso, contribuirá, fundamentalmente, como encorajamento à crescente participação das empresas na busca de maior desenvolvimento humano e vivência da cidadania.

Sala das Sessões, 14 de maio de 1997.

Deputada **MARTA SUPLICY** (PT/SP)

Deputada **MARIA DA CONCEIÇÃO TAVARES** (PT/RJ)

Deputada **SANDRA STARLING** (PT/MG)

Anexo D – Projeto de Lei 32/99

PROJETO DE LEI Nº. 0032 DE 1999

(Do Sr. Paulo Rocha)

Cria o balanço social para as
empresas que menciona e dá outras providências.

O CONGRESSO NACIONAL decreta:

Art. 1º. Ficam obrigadas a elaborar, anualmente, o Balanço Social:

I – as empresas privadas que tiveram cem empregados ou mais no ano anterior à sua elaboração;

II – as empresas públicas, sociedades de economia mista, empresas permissionárias e concessionárias de serviços públicos em todos os níveis da administração pública, independentemente do número de empregados.

Art. 2º. Balanço Social é o documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitam identificar o perfil da atuação social da empresa durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente.

Art. 3º. O Balanço Social deverá conter informações sobre:

I – A empresa: faturamento bruto; lucro operacional; folha de pagamento bruta, detalhado o total das remunerações e valor total pago a empresas prestadoras de serviço;

II – Os empregados: número de empregados existentes no início e no final do ano, discriminando a antigüidade na empresa; admissões e demissões durante o ano; escolaridade, sexo, cor e qualificação dos empregados; número de empregados por faixa etária; número de dependentes menores; número mensal de empregados temporários; valor total da participação dos empregados no lucro da empresa; total da remuneração paga a qualquer título às mulheres na empresa; percentagem de mulheres em cargos de chefia em relação ao total de cargos de chefia da empresa; número total de horas-extras trabalhadas; valor total das horas-extras pagas;

III – valor dos encargos sociais pagos, especificando cada item;

IV – Valor dos tributos pagos, especificando cada item;

V – Alimentação do trabalhador: gastos com restaurante, tíquete-refeição, lanches, cestas básicas e outros gastos com a alimentação dos empregados, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VI - Educação: valor dos gastos com treinamento profissional; programas de estágios (excluídos salários); reembolso de educação; bolsas escolares; assinaturas de revistas; gastos com biblioteca (excluído pessoal); outros gastos com educação e treinamento dos empregados, destacando os gastos com os empregados adolescentes; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VII – Saúde dos empregados: valor dos gastos com planos de saúde; assistência médica; programas de medicina preventiva; programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

VIII – Segurança no trabalho: valor dos gastos com segurança no trabalho, especificando os equipamentos de proteção individual e coletiva na empresa;

IX – Outros benefícios: seguros (valor da parcela paga pela empresa); valor dos empréstimos aos empregados (só o custo); gastos com atividades recreativas; transportes; creches e outros benefícios oferecidos aos empregados; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

X – Previdência privada: planos especiais de aposentadoria; fundações providenciárias; complementações; benefícios aos aposentados; relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

XI – Investimentos na comunidade: valor dos investimentos na comunidade (não incluir gastos com empregados) nas áreas de cultura, esportes, habitação, saúde pública, saneamento, assistência social segurança, urbanização, defesa civil, educação, obras públicas, campanhas públicas e outros, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

XII – Investimentos em meio ambiente: reflorestamento; despoluição; gastos com introdução de métodos não-poluente e outros gastos que visem à conservação ou melhoria do meio ambiente, relacionando, em cada item, os valores dos respectivos benefícios fiscais eventualmente existentes;

§ único: Os valores mencionados no Balanço Social deverão ser apresentados relacionando-se o percentual de cada item em relação à folha de pagamento e ao lucro operacional da empresa.

Art. 4º. As empresas mencionadas no artigo 1º. deverão dar publicidade ao seu balanço social, na forma do artigo 7º e 8º. desta lei, até o dia 30 de abril de cada ano.

§ único: As empresas que são obrigadas a publicar balanço patrimonial e financeiro seguirão os prazos previstos na legislação específica, e farão publicar o Balanço Social juntamente com aquele.

Art. 5º O Poder Executivo poderá utilizar-se das informações do Balanço social das empresas com vistas à formulação de políticas e programas de natureza econômico-social, em nível nacional e regional.

Art. 6º É facultada às empresas não mencionadas nos incisos I e II do artigo 1º a apresentação do balanço social.

Art. 7º O Balanço Social será afixado na entrada principal dos estabelecimentos da empresa nos seis primeiros meses da sua divulgação.

Art. 8º É garantido o acesso e divulgação do Balanço Social aos empregados da empresa e às autoridades e órgão governamentais e do Legislativo, sindicatos, universidades e demais instituições públicas ou privadas ligadas ao estudo e à pesquisa das relações de trabalho ou da promoção da cidadania.

Art. 9º As obrigações contidas na presente lei não substituem quaisquer outras obrigações de prestação de informações aos órgãos públicos anteriormente estabelecidos pela legislação.

Art. 10 As empresas que não atenderem ou fraudarem, no todo ou em parte, ao disposto na presente lei, ficarão impedidas de participar de licitação e contratos da Administração Pública, de se beneficiar de incentivos fiscais e dos programas de crédito oficiais e serão sujeitas à multa pecuniária no valor a ser definido pelo Executivo, que será dobrada em caso de reincidência.

§ Único: O Poder Executivo deverá dar publicidade das empresas que não cumprirem o disposto no artigo 1º ao final de cada exercício.

Art. 11 O Poder Executivo regulamentará esta lei no prazo de noventa dias a contar da sua publicação, dispondo sobre as medidas necessárias à sua plena eficácia, inclusive sobre os critérios de fiscalização e os órgãos competentes ao seu fiel cumprimento.

Art. 12 Esta lei entra em vigor no exercício financeiro subsequente ao de sua publicação.

Art. 13 Revogam-se as disposições em contrário.

JUSTIFICATIVA

Um dos consensos mundiais neste final de século, expressado inclusive na Cúpula do Desenvolvimento Humano de Copenhague/95, diz respeito ao compromisso das empresas de se empenharem na promoção do desenvolvimento social.

Nas últimas décadas, assiste-se a uma crescente preocupação das empresas, no Brasil e em todo o mundo, em realizar investimentos que contribuam para a qualidade de vida de seus trabalhadores e da comunidade onde a empresa se insere.

Em nosso país, medidas de diferentes naturezas (incentivos fiscais, por exemplo) já têm sido tomadas com o intuito de estimular tais práticas.

Amplia-se a consciência sobre a responsabilidade de preservação do meio ambiente e da viabilidade de aplicação de parte dos lucros auferidos, em programas ou projetos que beneficiam não só os trabalhadores e trabalhadoras da empresa, mas também outros setores sociais.

Ao mesmo tempo, novos contextos marcam o mundo do trabalho, tais como a diminuição do trabalho assalariado, aumento da participação feminina e processos de reconversão tecnológica. Novos mecanismos de negociação entre empregados e empregadores são estabelecidos e se consolida, dada dia mais, a necessidade de maior visibilidade de indicadores desses contextos.

Acrescer a obrigatoriedade de elaboração do Balanço Social é responder a uma demanda de prestação de contas formal dos indicadores desses contextos.

Registre-se que desde 1997 é obrigatória, na França, a elaboração do Balanço Social das empresas, com grande detalhamento dos padrões de atendimento aos trabalhadores.

Trazendo o debate para o Brasil, este tema mereceu a atenção de Herbert de Souza, o Betinho, que propôs que fossem incluídas no Balanço Social novas dimensões, incorporando os investimentos das empresas na comunidade externa à empresa (Folha de São Paulo, 26.03.97), tendo as deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling, apresentado projeto de semelhante teor na última legislatura sob o nº. 3.116. Embora não tenham sido reeleitas para esta legislatura, a importância da questão continua a exigir regulamentação, razão pela qual estou rerepresentando o tema.

Apresentá-los numa só peça demonstrativa contribuirá para identificar o perfil social das empresas. Não gera novos encargos, nem novas cláusulas sociais, apenas expõe a realidade.

Elaborar o Balanço Social é um estímulo à reflexão sobre as ações das empresas no campo social. O Balanço Social estimulará o controle social sobre o uso dos incentivos fiscais ou outros mecanismos de compreensão de gastos com trabalhadores. Ajudará na identificação de políticas de recursos humanos e servirá como parâmetro de ações dos diferentes setores e instâncias da empresa, nos campos das políticas sociais.

Além disso, contribuirá, fundamentalmente, como encorajamento à crescente participação das empresas na buscas de maior desenvolvimento humano e vivência da cidadania.

Sala das Sessões.

Deputado **PAULO ROCHA** PT/PA

Anexo E– Balanço Social Celesc 2004 e 2005

BALANÇO SOCIAL CELESC

1. Base Cálculo	2005 (Mil R\$)			2004 (Mil R\$)		
Receita Líquida (RL)	2.994,460			2.644.660		
Resultado Operacional (RO)	301.134			191.821		
Folha de Pagamento Bruta (FPB)	331.170			316.246		
2. Indicadores Sociais Internos	(Mil R\$)	% FPB	% RL	(Mil R\$)	% FPB	% RL
Alimentação	10.777	3,25%	0,36%	7.784	2,46%	0,29%
Encargos Sociais Compulsórios	69.071	20,86%	2,31%	62.770	19,85%	2,37%
Previdência Privada	15.564	4,70%	0,52%	14.370	4,54%	0,54%
Saúde	5.624	1,70%	0,19%	5.561	1,76%	0,21%
Segurança e Medicina no Trabalho	902	27,00%	3,00%	1281	41,00%	0,05%
Educação	1	-	-	1	0,00%	0,00%
Cultura	150	5,00%	1,00%	30	1,00%	0,00%
Capacitação e Desenvolvimento Profissional	3.542	1,07%	0,12%	3.352	1,06%	0,13%
Creches ou Auxílio-Creche	632	0,19%	0,02%	518	0,16%	0,02%

Participação nos Lucros ou Resultados	8.626	2,60%	0,29%	7.976	2,52%	0,30%
Outros	795	0,24%	0,03%	1.548	49,00%	0,06%
Total - Indicadores Sociais Internos	115.684	34,93%	3,86%	105.191	33,26%	3,98%
3. Indicadores Sociais Externos	(Mil R\$)	% RO	% RL	(Mil R\$)	% RO	% RL
Educação	346	0,11%	0,01%	98	0,00%	0,03%
Cultura	3.435	1,14%	0,11%	2.172	3,00%	0,09%
Saúde e Saneamento	68	0,02%	0,00%	50	23,00%	0,00%
Habitação	-	-	-	-	-	-
Esporte	1200	0,40%	0,04%	50	6,00%	0,00%
azer e Diversão	-	-	-	-	-	-
Creches	-	-	-	-	-	-
Alimentação	-	-	-	-	-	-
Combate à Fome e Segurança Alimentar	67	0,02%	0,00%	31	0,00%	-
Outros	113.238	37,60%	3,78%	34.807	26,00%	0,06%
Total das Contribuições para a Sociedade	118.354	39,30%	3,95%	37.208	58,00%	0,19%
Tributos (Excluídos Encargos Sociais)	1.404.697	466,47%	46,91%	1.599.289	474,00%	27,77%
Total - Indicadores sociais Externos	1.523.051	505,77%	50,86%	1.636.497	52,59%	27,96%
4. Indicadores Ambientais	(Mil R\$)	% RO	% RL	(Mil R\$)	% RO	% RL
Relacionados com a Produção/Operação da Empresa	877,00	0,29%	0,03%	81,00	0,04%	0,00%
Em Programas e/ou Projetos Externos	15.958,00	5,30%	0,53%	17.326,00	9,03%	0,66%
Total - Investimentos em Meio Ambiente	16.835	5,59%	0,56%	17.407	9,07%	0,66%
5. Indicadores do Corpo Funcional		2005			2004	
Nº. de Empregados ao Final do Período		3.590			3.609	
Nº. de Admissões Durante o Período		187			207	
Nº. de Empregados Terceirizados		1.905			2.108	
Nº. de Estagiários		340			336	
Nº. de Empregados Acima de 45 Anos		1.496			1.380	
Nº. de Mulheres que Trabalham na Empresa		530			527	
% de Cargos de Chefia Ocupados por Mulheres		16%			15%	
Nº. de Negros que Trabalham na Empresa		69			79	
% de Cargos de Chefia Ocupados por Negros		1%			1%	
Nº. de Portadores de Deficiência ou Necessidades Especiais		2			6	

6. Informações Relevantes quanto ao Exercício da Cidadania Empresarial:

- Relação entre a Maior e Menor Remuneração (vezes):**

2005	2004
20,80	21,00
- Número Total de Acidentes de Trabalho:**

51	47
----	----

Os Projetos Sociais e Ambientais Desenvolvidos pela Empresa foram Definidos:

() pela direção.

(x) pela direção e gerências.

por todos os empregados.

Os Padrões de Segurança e Salubridade no Ambiente de Trabalho foram Definidos:

pela direção e gerência.

por todos os empregados.

por todos + Cipa.

Quanto á 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.

A Previdência Privada Contempla:

direção.

direção e gerências.

todos os empregados.

A Participação nos Lucros ou Resultados Contempla:

direção.

direção e gerências.

todos os 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.

Quanto à Participação dos Empregados em Programas de Trabalho Voluntário, a Empresa:

não se envolve.

apóia.

organiza e incentiva.

Número de ações e críticas de consumidores:	na empresa	no Procon	na Justiça
	75.597	663	568
% das reclamações e críticas solucionadas:	na empresa	no Procon	na Justiça
	100,00%	85,00%	8,50%

Valor Adicionado Total a Distribuir (Mil R\$):

- **2005:** 2.474.317 – 76,00 % Governo 11,00 % Colaboradores
- **2004:** 2.220.840 – 74,00 % Governo 12,00 % Colaboradores

Distribuição do Valor Adicionado (DVA):

2005: 2,00 % Acionistas 6,00 % Retido 5,00 % Terceiros

2004: 2,00 % Acionistas 7,00 % Retido 5,00 % Terceiros

Fonte: (BALANÇO SOCIAL,2007)

Anexo F- Balanço Social da Copel 2004 e 2005

1. Base Cálculo	2005 (Mil R\$)			2004 (Mil R\$)		
Receita Líquida (RL)	4.853.536			3.925.774		
Resultado Operacional (RO)	727.647			600.182		
Folha de Pagamento Bruta (FPB)	542.981			456.680		
2. Indicadores Sociais Internos	(Mil R\$)	% FPB	% RL	(Mil R\$)	% FPB	% RL
Alimentação	41.365	7,62%	0,85%	35.896	7,85%	0,91%
Encargos Sociais Compulsórios	138.701	25,54%	2,86%	115.298	25,25%	2,94%
Previdência Privada	78.003	14,37%	1,61%	118.261	25,90%	3,01%
Saúde	23.564	4,34%	0,49%	21.231	4,65%	0,54%
Segurança e Medicina no Trabalho	3142	0,58%	0,06%	2534	0,55%	0,06%
Educação	1791	0,33%	0,04%	1925	0,42%	0,05%
Cultura	587	0,11%	0,01%	1276	0,28%	0,03%
Capacitação e Desenvolvimento Profissional	10.714	1,97%	0,22%	9.528	2,09%	0,24%
Creches ou Auxílio-Creche	444	0,08%	0,01%	407	0,09%	0,01%
Participação nos Lucros ou Resultados	32.294	5,95%	0,67%	18.319	4,01%	0,47%
Outros	2.531	0,47%	0,05%	740	0,16%	0,02%
Total - Indicadores Sociais Internos	333.136	61,35%	6,86%	325.415	71,25%	8,29%
3. Indicadores Sociais Externos	(Mil R\$)	% RO	% RL	(Mil R\$)	% RO	% RL
Educação	15.855	2,18%	0,33%	24.338	4,06%	0,62%
Cultura	2.943	0,40%	0,06%	2.776	0,46%	0,07%
Saúde e Saneamento	73.919	10,16%	1,52%	47.117	7,85%	1,20%
Habitação	-	-	-	-	-	-
Esporte	44	0,01%	0,00%	-	-	-
Lazer e Diversão	-	-	-	-	-	-
Creches	-	-	-	-	-	-
Alimentação	-	-	-	-	-	-
Combate à Fome e Segurança Alimentar	0	0,00%	0,00%	-	-	-
Outros	288	0,04%	0,01%	598	0,10%	0,02%
Total das Contribuições para a Sociedade	93.049	12,79%	1,92%	74.829	12,47%	1,91%
Tributos (Excluídos Encargos Sociais)	2.586.164	355,41%	53,28%	2.115.750	352,52%	53,89%
Total - Indicadores sociais Externos	2.679.213	368,20%	55,20%	2.190.579	364,99%	55,80%
4. Indicadores Ambientais	(Mil R\$)	% RO	% RL	(Mil R\$)	% RO	% RL
Relacionados com a Produção/Operação da Empresa	48.858,00	6,71%	1,01%	18.607,00	3,10%	0,47%
Em Programas e/ou Projetos Externos	1.235,00	0,17%	0,03%	6.531,00	1,09%	0,17%
Total - Investimentos em Meio Ambiente	50.093	6,88%	1,03%	25138	4,19%	0,64%
5. Indicadores do Corpo Funcional	2005		2004			
Nº. de Empregados ao Final do Período	7.775		6.811			
Nº. de Admissões Durante o Período	1.210		599			
Nº. de Empregados Terceirizados	2.301		2.011			
Nº. de Estagiários	868		840			
Nº. de Empregados Acima de 45 Anos	2.563		2.235			
Nº. de Mulheres que Trabalham na Empresa	1.372		1.230			
% de Cargos de Chefia Ocupados por Mulheres	8%		7%			
Nº. de Negros que Trabalham na Empresa	682		572			
% de Cargos de Chefia Ocupados por Negros	3%		3%			
Nº. de Portadores de Deficiência ou Necessidades Especiais	73		289			

6. Informações Relevantes quanto ao Exercício da Cidadania Empresarial:

• Relação entre a Maior e Menor Remuneração (vezes):	2005	2004
	28,30	21,00
• Número Total de Acidentes de Trabalho:	219	47

Os Projetos Sociais e Ambientais Desenvolvidos pela Empresa foram Definidos:

- (x) pela direção.
- () pela direção e gerências.
- () por todos os empregados.

Os Padrões de Segurança e Salubridade no Ambiente de Trabalho foram Definidos:

- () pela direção e gerência.
- () por todos os empregados.
- (x) por todos + Cipa.

Quanto á Liberdade Sindical, ao Direito de Negociação Coletiva e à Representação Interna dos Trabalhadores, a empresa:

- () não se envolve.
- (x) segue as Normas da OIT.
- () incentiva e segue a OIT.

A Previdência Privada Contempla:

- () direção.
- () direção e gerências.
- (x) todos os empregados.

A Participação nos Lucros ou Resultados Contempla:

- () direção.
- () direção e gerências.
- (x) todos os empregados.

Na Seleção dos Fornecedores, os mesmos Padrões Éticos e de Responsabilidade Social e Ambiental Adotados pela Empresa:

- () não são considerados.
- (x) são sugeridos.
- () são exigidos.

Quanto à Participação dos Empregados em Programas de Trabalho Voluntário, a Empresa:

- () não se envolve.
- (x) apóia.

() organiza e incentiva.

Número de ações e críticas de consumidores:	na empresa	no Procon	na Justiça
	152.188	1.538	770
% das reclamações e críticas solucionadas:	na empresa	no Procon	na Justiça
	100,00%	100,00%	25,60%

Valor Adicionado Total a Distribuir (Mil R\$):

- **2005:** 3.298.033 69,00 % Governo 13,10 % Colaboradores
- **2004:** 3.488.022 – 63,30 % Governo 14,50 % Colaboradores

Distribuição do Valor Adicionado (DVA):

2005: 3,30 % Acionistas 8,80 % Retido 11,90 % Terceiros

2004: 2,90 % Acionistas 8,40 % Retido 10,90 % Terceiros

Fonte: (BALANÇOSOCIAL,2007).