

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

SILVANA KLIMKOVSKI

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: INFORMAÇÕES SOBRE A EVIDENCIAÇÃO NOS
RELATÓRIOS DA ADMINISTRAÇÃO E BALANÇOS SOCIAIS DAS EMPRESAS
LISTADAS NO PROGRAMA “EM BOA COMPANHIA” DA BOVESPA**

FLORIANÓPOLIS – SC

2008

SILVANA KLIMKOVSKI

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: INFORMAÇÕES SOBRE A EVIDENCIAÇÃO NOS
RELATÓRIOS DA ADMINISTRAÇÃO E BALANÇOS SOCIAIS DAS EMPRESAS
LISTADAS NO PROGRAMA “EM BOA COMPANHIA” DA BOVESPA**

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

**Orientadora: Prof^ª. Sandra Rolim Ensslin,
Dra.**

FLORIANÓPOLIS-SC

2008

SILVANA KLIMKOVSKI

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: INFORMAÇÕES SOBRE A EVIDENCIAÇÃO NOS
RELATÓRIOS DA ADMINISTRAÇÃO E BALANÇOS SOCIAIS DAS EMPRESAS
LISTADAS NO PROGRAMA “EM BOA COMPANHIA” DA BOVESPA**

Esta monografia foi apresentada como Trabalho de Conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota média de _____, atribuída pela banca constituída pelo orientador e membros abaixo relacionados.

Florianópolis, ____ de outubro de 2008.

Prof^a. Valdirene Gasparetto, Dra.
Coordenadora de Monografias do Departamento de Ciências Contábeis, UFSC

Professores que compuseram a banca:

Prof^a. Orientadora Sandra Rolim Ensslin, Dra.
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC

Prof^a. Elisete Dahmer Pfitscher, Dra.
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC

Prof^o. Hans Michael Van Bellen, Dr.
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC

AGRADECIMENTOS

A Deus, por iluminar o meu caminho.

A minha orientadora, professora Sandra Rolim Ensslin, por quem tive o privilégio de ser orientada, por toda sua dedicação, paciência e sabedoria na condução deste trabalho.

Ao meu marido, Luiz, por todo o seu amor, carinho e compreensão nestes anos que estamos juntos, e pelo apoio e incentivo durante toda a jornada acadêmica.

À minha família, pelos momentos de compreensão e carinho.

Aos membros da banca pela contribuição e atenção a este trabalho.

A todos os professores que contribuíram para a minha formação.

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

RESUMO

KLIMKOVSKI, Silvana. **Responsabilidade Social: Informações Sobre a Evidenciação nos Relatórios da Administração e Balanços Sociais das Empresas Listadas no Programa “Em Boa Companhia” da Bovespa.** 2008. 81 folhas. Monografia (Curso de Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

O presente trabalho apresenta os resultados de um estudo sobre a evidenciação dos indicadores de Responsabilidade Social nos Relatórios da Administração (RAs)/Relatórios de Sustentabilidade de 2007 e Balanços Sociais (BSs) de 11 empresas listadas no programa “Em Boa Companhia” da Bovespa. O objetivo é identificar como essas empresas evidenciaram suas práticas relativas à Responsabilidade Social Corporativa, por meio de suas publicações nos Relatórios da Administração e Balanços Sociais. Buscou-se verificar os tipos de evidenciação praticada pelas empresas, os indicadores mais representativos, a empresa que mais demonstrou as suas ações sociais e ambientais, e por fim fazer um cotejamento das informações encontradas nos RAs e BSs. A estratégia metodológica utilizada para alcançar o objetivo proposto consistiu de um estudo descritivo em uma amostra de onze empresas de um universo de quarenta e uma empresas. A abordagem do problema é qualitativa, pois se busca identificar, classificar e compreender os dados provenientes da pesquisa sem o emprego de métodos quantitativos. O procedimento de coleta dos dados foi por meio de análise documental e bibliográfica, e foi utilizada como técnica de pesquisa a análise de conteúdo com base na metodologia de Guthrie *et al.* (1999 *apud* CARVALHO, ENSSLIN, IGARASHI, 2006), associada aos indicadores de Responsabilidade Social do Instituto Ethos, com o objetivo de identificar os Indicadores mais evidenciados. Os resultados apontaram que as empresas evidenciam suas práticas de RS nos seus RAs predominantemente da forma Narrativa e nos BSs na forma Quantitativa Não-Monetária e Monetária. A empresa VCP – Votorantin Celulose e Papel foi a empresa que mais evidenciou no RA, e a TAM Linhas Aéreas S. A. foi a que mais evidenciou no BS. Por fim, ficou identificado que 41% das evidenciações foram feitas apenas nos RAs das empresas.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Corporativa. Balanço Social. Relatório da Administração/Sustentabilidade. Indicadores de Responsabilidade Social.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico

BS – Balanço Social

BSs – Balanços Sociais

DVA – Demonstração do Valor Adicionado

IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas

GRI - Global Reporting Initiative

RA – Relatório da Administração

RAs – Relatórios da Administração

RS – Responsabilidade Social

RSC – Responsabilidade Social Corporativa

SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor

SUMÁRIO

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS	6
SUMÁRIO	7
1 INTRODUÇÃO	8
1.1 TEMA E PROBLEMA	9
1.2 OBJETIVOS.....	10
1.2.1 OBJETIVO GERAL	10
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
1.3 JUSTIFICATIVA.....	11
1.4 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA.....	11
1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO	12
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA	13
2.2 EVIDENCIAÇÃO CONTÁBIL	14
2.3 BALANÇO SOCIAL.....	16
2.4 RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO	23
3 METODOLOGIA DA PESQUISA.....	27
3.1 UNIVERSO E AMOSTRA DA PESQUISA	27
3.2 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO.....	28
3.3 PROCEDIMENTOS PARA COLETA DOS DADOS.....	29
3.4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	40
4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	41
4.1 EXAME DO CONTEÚDO DOS INDICADORES DE RS EVIDENCIADOS NOS RELATÓRIOS DA ADMINISTRAÇÃO E BALANÇOS SOCIAIS	41
4.1.1 Exame de conteúdo nos Relatórios da Administração.....	42
4.1.2 Exame de conteúdo nos Balanços Sociais	46
4.2 INVESTIGAÇÃO DOS TIPOS DE EVIDENCIAÇÃO DOS INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL DIVULGADOS NOS RAS E BSS	50
4.2.1 Investigação dos Tipos de Evidenciação dos Indicadores de RS nos RAs	51
4.2.2 Investigação dos Tipos de Evidenciação nos Balanços Sociais.....	54
4.3 COTEJAMENTO DAS INFORMAÇÕES ENCONTRADAS NOS RELATÓRIOS DA ADMINISTRAÇÃO E BALANÇOS SOCIAIS	58
5 CONCLUSÕES E SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS.....	63
5.1 QUANTO À PROBLEMÁTICA	63
5.2 QUANTO AOS OBJETIVOS.....	63
5.3 OPINIÃO DA PESQUISADORA.....	65
5.4 SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS	67
REFERÊNCIAS	68
APÊNDICE	72
ANEXOS.....	75

1 INTRODUÇÃO

O diferencial estratégico competitivo está nas práticas modernas, capazes de gerar boa impressão aos usuários. As empresas que procuram mostrar suas atuações sociais e ambientais de forma transparente têm maior possibilidade de se tornarem admiradas e respeitadas, elevando assim seu nível de reputação.

A realização e a divulgação das práticas socialmente responsáveis agregam valor às organizações, pois além de informar com transparência a conformidade diante das leis, comunicam a todos os seus *stakeholders*, ou seja, a todos aqueles com os quais a empresa se relaciona (clientes, acionistas, fornecedores, investidores, governo, sociedade, público interno e comunidade), suas ações em busca ao desenvolvimento sustentável.

A contabilidade é vista como um sistema de informação, que busca informar as alterações de natureza quantitativa ou qualitativa, pertinentes ao patrimônio das empresas. Estas são peças integrantes da sociedade e têm o dever ético de informar como utilizam os recursos sociais e ambientais da sociedade na qual estão inseridas.

A empresa, para atingir seus fins, consome recursos naturais; utiliza capitais financeiros e tecnológicos; utiliza também a capacidade de trabalho da comunidade em que está inserida e, por fim, subsiste em função da organização do Estado. Assim, a empresa gira em função da sociedade e do que a ela pertence – a empresa é uma célula da sociedade – portanto, deve, em troca, no mínimo, prestar-lhe contas da eficiência com que usa esses recursos (MARTINS, 1997, *apud* PINTO e RIBEIRO, 2004).

Segundo Ribeiro (2006, p. 3), “o usuário externo da informação adquiriu com a chegada da era da globalização poderes inexistente até então, em virtude da vasta gama de opções que esses consumidores têm ao seu dispor: a grande concorrência e a velocidade que se move a informação”. Através da internet, é possível acessar os relatórios e demonstrações contábeis das empresas, informações sobre seus produtos, por exemplo, e facilmente efetuar comparações entre empresas.

Essa nova era trouxe outras preocupações e desafios às organizações. Dentre elas a cobrança pela sociedade de atitudes que ajudam na resolução de problemas sociais e ambientais e o seu desenvolvimento de forma sustentável.

Assim, além de as empresas estarem sendo forçadas a uma maior competitividade e produtividade, passam a ter que se enquadrar às exigências da sociedade. Os interesses dos empresários começam a dividir o espaço com os interesses da comunidade, dos fornecedores,

dos clientes e até dos colaboradores, substituindo os conceitos clássicos de que as empresas devem apenas gerar lucros para seus acionistas.

1.1 Tema e Problema

O assunto Responsabilidade Social vem sendo difundido nas empresas, devido à demanda por informações sobre o impacto socioambiental das suas atividades. Elas enfrentam novos desafios que são impostos pelos seus usuários internos e externos, os quais exigem gestão ética e transparente, metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável, preservação dos recursos naturais e culturais para as gerações futuras e promoção à redução das desigualdades sociais.

Segundo Karkotli (2006, p. 16), “[...] as empresas estão sendo pressionadas, por agentes externos e internos, a adotarem um comportamento que leve em conta os aspectos sociais e éticos, além dos econômico-financeiros”.

No momento de escolher um produto, um serviço ou direcionar seus investimentos, a sociedade, ou parte dela, começa a selecionar as empresas que têm Responsabilidade Social e Ambiental nas suas ações.

Nessa nova realidade econômica, social e ambiental, as empresas estão divulgando, por meio das demonstrações contábeis e relatórios, seus investimentos em áreas sociais e ambientais, como forma de almejar diferencial competitivo, pois a missão de somente maximizar seus lucros pode não mais garantir o crescimento de seu negócio.

A Responsabilidade Social para Karkotli (2006, p. 45) é

[...] uma nova estratégia para aumentar o lucro e potencializar o desenvolvimento das empresas. Essa tendência decorre da maior conscientização do consumidor e conseqüente procura por produtos e práticas que gerem melhoria ao meio ambiente e à comunidade, valorizando aspectos éticos ligados à cidadania.

Isso demonstra que, frente a tantas mudanças, as empresas que se preocuparem com as questões sociais e ambientais terão vantagem competitiva.

E, assim, fica visível a importância da Contabilidade, com o auxílio do contador, em divulgar as informações quanto às estratégias e investimentos nas áreas sociais e ambientais, já que a sociedade está valorizando o comprometimento das empresas nessas questões, e isso agrega valor às organizações, o que resulta em ativos intangíveis. Porém as informações devem ser compreensíveis, de relevância, confiáveis e que possibilitem a comparabilidade, a fim de auxiliar a empresa e os usuários na tomada de decisão.

Dentre outras formas de demonstrar suas realizações sociais e ambientais, as empresas se utilizam da demonstração chamada de Balanço Social. Por ser um demonstrativo atual e não obrigatório, elas seguem modelos já estabelecidos ou produzem seus próprios modelos.

Considerando esse novo contexto corporativo de as empresas estarem pressionadas a agir com Responsabilidade Social e demonstrá-la de forma transparente à sociedade, este estudo busca identificar e analisar as informações evidenciadas nos Balanços Sociais e Relatórios da Administração/Sustentabilidade disponíveis nos *sites* das empresas da amostra, a fim de responder a seguinte pergunta: **Como as empresas listadas no programa “Em Boa Companhia” da Bovespa estão evidenciando as informações no âmbito da Responsabilidade Social?**

1.2 Objetivos

A seguir são apresentados os objetivos geral e específicos que definem o rumo da pesquisa, a fim de alcançar as respostas ao problema proposto.

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo da pesquisa é analisar como as empresas listadas no programa “Em Boa Companhia” da Bovespa tentam demonstrar as informações sobre as suas Responsabilidades Sociais, segundo os Indicadores do Instituto Ethos.

1.2.2 Objetivos Específicos

A fim de alcançar o Objetivo Geral, têm-se os seguintes Objetivos Específicos:

- a) Coletar informações dos Relatórios da Administração (RAs) e Balanços Sociais (BSs) sobre a Responsabilidade Social das empresas da amostra, usando a técnica da análise de conteúdo.
- b) Identificar os Indicadores de Responsabilidade Sociais mais evidenciados da amostra, com base nos Indicadores de Responsabilidade Social Corporativa do Instituto Ethos.
- c) Identificar a empresa que mais evidenciou suas práticas de Responsabilidade Social.
- d) Investigar os Tipos de Evidenciação dos Indicadores de Responsabilidade Social – no âmbito social e ambiental – divulgados nos Relatórios da Administração e Balanços Sociais das empresas da amostra.
- e) Cotejar os resultados encontrados nas duas fontes de coleta de dados com vista a verificar se as informações constantes no RA se fazem presente no BS.

1.3 Justificativa

O tema a ser pesquisado mostra-se relevante por se tratar de um assunto em evidência na sociedade brasileira, em razão da exigência da sociedade para com as empresas, de essas fazerem algo pelo social, serem responsáveis nas suas atitudes e decisões. As empresas despertam para essa nova realidade e investem nas áreas sociais e ambientais, na busca de diferenciais competitivos e engajamento ao desenvolvimento sustentável.

As estratégias e processos que estão sendo utilizadas no intuito de buscar crescimento e sobrevivência no mercado são aquelas que buscam traduzir, juntamente com o lucro, a sensibilidade e sintonia das organizações para as necessidades de seus clientes internos e externos, relativos a questões de qualidade de produtos ou serviços oferecidos, proteção e uso adequado de recursos ambientais, relações éticas e justas para com trabalhadores, fornecedores e governos, como indicadores que retratam a Responsabilidade Social da organização para com a comunidade da qual sofre e exerce influências (ASHLEY, 2005).

Diante disso, este trabalho pretende identificar os indicadores das empresas listadas no programa “Em Boa Companhia” da Bovespa quanto à sua Responsabilidade Social. Salienta-se que esse programa, criado pela Bovespa, tem o objetivo de destacar as empresas que praticam ações sociais e ambientais. Nesse sentido, é de se esperar que essas empresas evidenciem, em seus Balanços Sociais e Relatórios de Administração, tais ações de forma transparente, já que seus *stakeholders* (todas as pessoas que de alguma forma têm interesse na organização) esperam informação fidedigna para suas tomadas de decisões.

1.4 Delimitação da Pesquisa

A fonte de coleta dos dados ficou limitada aos Relatórios da Administração e Balanços Sociais do exercício de 2007. As empresas: Aracruz, Banco Bradesco, Banco Paraná, Celulose Irani, CEMIG, Comgas, CSU Cardsystem, Dixie Toga, Gerdau, Natura Cosmético, OHL Brasil, Souza Cruz e Suzano Papel e Celulose haviam publicado somente seus Relatórios Anuais/Sustentabilidade até o dia 08/07/2008 (data limite de consulta). Diante disso, foram contatadas algumas por *e-mail*, outras pelo próprio *site* no *link* “Fale Conosco”, no intuito de conseguir os Balanços Sociais. Das 13 empresas contatadas somente uma, a CEMIG, atendeu ao pedido enviando o seu RA e o BS pelo correio.

As empresas que não publicaram seus Relatórios da Administração e ou Sustentabilidade e Balanços Sociais, nos seus sítios eletrônicos, ou que não atenderam ao contato por *e-mail*, perdem na mensuração, e, nesta pesquisa, do universo de 41 empresas,

fizeram parte da análise somente 11 que são a: CEMIG, Coelce, Copel, Duke Energy, Duratex, Energias do Brasil, Banco Itaú, Sanepar, TAM Linhas Aéreas S. A., Unibanco, VCP – Votorantin Celulose e Papel.

Salienta-se que as empresas que não disponibilizaram nem o RA e nem o BS até a data limite da consulta foram excluídas automaticamente da pesquisa.

1.5 Estrutura do Trabalho

A fim de apresentar este trabalho de forma organizada, ele foi estruturado em cinco capítulos.

O primeiro capítulo, denominado Introdução, apresenta um quadro geral do Tema e Problema de Pesquisa, os Objetivos da Pesquisa (Geral e Específicos), a Justificativa, a Delimitação da Pesquisa e a Estrutura do Trabalho.

O segundo capítulo apresenta a Fundamentação Teórica, onde estão demonstrados os fundamentos teóricos do trabalho.

O terceiro capítulo refere-se à Metodologia da Pesquisa. Nele é especificado o Universo e Amostra da Pesquisa, Enquadramento Metodológico, Procedimentos para Coleta dos Dados, e a Análise e Interpretação dos Dados.

O quarto capítulo traz a Apresentação dos Dados e Discussão dos Resultados, no qual consta o Exame do Conteúdo dos Indicadores de RS evidenciados nos Relatórios da Administração e Balanços Sociais, a Investigação dos Tipos de Evidenciação dos Indicadores de Responsabilidade Social divulgados nos RAs e BSs e o Cotejamento das Informações Encontradas nos Relatórios da Administração e Balanços Sociais.

Por fim, no quinto capítulo, são exibidas as Conclusões e Sugestões para Futuros Trabalhos.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este trabalho tem como assunto principal a Responsabilidade Social Corporativa. A sua discussão vem ocupando espaço tanto no meio empresarial quanto no meio acadêmico e se questiona o que as empresas ganham com isso.

2.1 Responsabilidade Social Corporativa

As pressões de um mercado globalizado fazem com que as empresas continuamente se auto-avaliem e repensem os seus papéis sociais.

A importância que a Responsabilidade Social Empresarial tem adquirido nos últimos anos faz com que sejam desenvolvidos estudos a respeito do tema. Os consumidores, ao longo do tempo, eram os atores passivos nos processos de gestão das empresas, porém, nos últimos anos, o papel tem mudado e passou a assumir uma posição mais ativa e decisiva nas decisões gerenciais (FREY, 2005).

O efeito da economia global faz com que as empresas adotem padrões éticos e morais mais rígidos, por exigência da sociedade e por necessidade de se manterem com uma boa imagem. Nesse contexto, as empresas precisam ser socialmente responsáveis, se quiserem sobreviver em meio à competição cada vez mais acirrada (ASHLEY, 2005).

A exigência do consumidor decorre da consciência de seu papel na sociedade, tendo a liberdade, por exemplo, de adquirir um produto mais caro, por saber que esse produto não é resultado de agressão ao meio ambiente ou da utilização de trabalho infantil.

Nesse sentido, Frey (2005, p. 46) salienta que “as preocupações e atuações no âmbito social passam a tornar-se uma questão econômico-financeira, relacionada à sobrevivência empresarial, ligada a uma nova visão estratégica de longo prazo”. Assim, a adoção de práticas sociais que melhorem a qualidade de vida das pessoas e que preservem e recuperam ativos ambientais tem agregado valor às empresas, integrando aos seus patrimônios os chamados bens intangíveis.

Para Ashley (2005, p. 8), “a preocupação com a Responsabilidade Social tornou-se um diferencial fundamental para tornar as organizações mais produtivas e garantir o respeito do público e, enfim, sua própria viabilidade”.

Segundo Tinoco (2001, p. 115), “[...] a Responsabilidade Social Corporativa está relacionada com a gestão de empresas em situação cada vez mais complexas, nas quais questões como ambientais e sociais são crescentemente importante para assegurar o sucesso e a sustentabilidade dos negócios”.

Nesse sentido, as empresas que agem com Responsabilidade Social obtêm benefícios representados por preferência dos investidores na seleção de seus investimentos, maior valorização de suas ações, diferenciação pelos consumidores – que demonstram valorizar as empresas socialmente responsáveis no momento de aquisição de produtos –, sustentabilidade nos negócios, enfim são vistas de forma diferenciada no mercado.

O exercício da Responsabilidade Social Corporativa está associado à noção de sustentabilidade, que busca a conciliação entre as esferas econômica, social e ambiental, no intuito de proporcionar continuidade e expansão das empresas, no presente e no futuro (BNDES – www.bndes.gov.br/conhecimento/relato/social02).

O Desenvolvimento Sustentável, segundo a Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) da Organização das Nações Unidas, é aquele que atende às necessidades presentes sem comprometer a possibilidade de que as gerações futuras satisfaçam as suas próprias necessidades (WIKIPEDIA, 2008).

Assim, as empresas são impulsionadas a adotar novas posturas diante de questões ligadas à ética e à qualidade da relação empresas-sociedade. Essas questões impõem mudanças nas dinâmicas de mercado e no padrão de concorrência e de competitividade, e então surgem as preocupações ligadas ao Meio Ambiente, à comunidade de entorno, aos funcionários e clientes.

As empresas, então, passam a ter o compromisso com a sociedade, de investir em atributos significativos, como projetos sociais e ambientais que possam contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade, além de fornecer preços atrativos e qualidade nos produtos oferecidos, que também são itens essenciais para o consumidor.

2.2 Evidenciação Contábil

A comunidade evolui, as necessidades por informações se modificam e a contabilidade acompanha e assume o seu papel em não somente evidenciar e acompanhar a evolução do patrimônio das entidades, mas também em acompanhar, analisar e demonstrar as mudanças e os impactos gerados pelas empresas na sociedade ao seu redor. Dentre outras ferramentas utilizadas para divulgar suas ações, destacam-se o Balanço Social e o Relatório da Administração.

As empresas podem adotar diversas formas de evidenciar suas ações, porém devem fornecer informações em quantidade e qualidade que possam atender às necessidades dos usuários das demonstrações contábeis (PONTE e OLIVEIRA, 2004).

Frente ao novo cenário de mercado, presume-se a necessidade de gerar informações contábeis que satisfaçam as necessidades dos diversos usuários, internos e externos, pois eles necessitam de segurança e confiabilidade nas informações para as suas tomadas de decisões.

A evidenciação está ligada aos objetivos da contabilidade, de fornecer informações úteis para seus usuários. Afirmam Aquino e Santana (1992, p. 1) que “evidenciação significa divulgação com clareza, divulgação em que se compreende de imediato o que está sendo comunicado”.

Nesse sentido, a contabilidade pode ser considerada como um sistema de informação que se destina a fornecer dados aos usuários das informações contábeis e que podem usufruir delas para tomadas de decisões.

Os usuários podem ser considerados como qualquer pessoa (física ou jurídica) que tenha interesse nos dados fornecidos pela contabilidade de uma entidade. Eles podem ser internos à empresa como os gerentes, diretores, administradores e funcionários, ou externos como os acionistas, instituições financeiras, fornecedores, governo e comunidade (MARION, 2007).

Apesar de cada grupo de usuários terem interesses distintos, é a Contabilidade que em seus relatórios movimenta uma cadeia de informações que é selecionada pelos usuários a fim de auxiliar no alcance de seus objetivos.

A evidenciação contábil pode ser compulsória ou espontânea. Wong e Ho (2003 *apud* SANTOS 2007, p. 32)) explicam que “a divulgação compulsória e a divulgação espontânea complementam-se em realçar o funcionamento total do mercado”.

Nesse sentido, Gourlat (2003, p. 59) esclarece que “estariam as empresas pautando sua divulgação não somente pela legalidade, mas também por princípios éticos de transparência e equidade no atendimento às demandas dos diferentes usuários da informação”.

A empresa por ser um agente econômico que visa ao lucro é também um agente social, que tem a obrigação de prestar contas a sociedade na qual está inserida. Demonstrar como está aplicando os recursos provenientes dessa sociedade na manutenção de obrigações como a preservação e recuperação do meio ambiente, geração de empregos, capacitação de pessoas, entre outras.

Salientam Hendriksen e Van Breda (1999, p. 513) que “a divulgação fora das demonstrações financeiras propriamente ditas desempenham um papel muito importante no mercado global”. Assim, pode-se presumir que a Contabilidade deve proporcionar aos seus usuários informações qualitativas e quantitativas necessárias para a tomada de decisão.

O objeto de estudo desta pesquisa é a Responsabilidade Social das empresas, e a sua evidenciação é voluntária, porém as informações que são divulgadas devem ser úteis aos usuários, pois usualmente servem de complemento às demonstrações contábeis com divulgação obrigatória.

As empresas têm utilizado o Balanço Social como instrumento para demonstrar as ações realizadas no campo Social e Ambiental. No tópico a seguir se discute o Balanço Social no que diz respeito ao histórico, a conceituação e os modelos mais utilizados.

2.3 Balanço Social

As primeiras experiências de elaboração de Balanços Sociais no mundo ocorreram na década de 1970. Em 1977, foi decretada uma lei na França determinando que as empresas com mais de 750 funcionários publicassem um Balanço Anual a fim de relatar suas práticas trabalhistas. No Brasil, a primeira publicação espontânea foi em 1984 pela Nitrofertil, empresa de setor químico, tendo como público-alvo seus funcionários (INSTITUTO ETHOS, 2007, p. 9).

A discussão no Brasil ganhou força, em 1997, com o sociólogo Herbert de Souza, Betinho, por intermédio de uma Campanha de conscientização aos empresários e a sociedade, a buscar maior engajamento e participação na promoção de melhorias de condições de vida da população e na superação da pobreza. Além disso, lançou também a idéia da elaboração e divulgação do Balanço Social como instrumento de demonstração desse envolvimento, explicitando que este relatório representa resposta das organizações, na divulgação de suas ações sociais e comunitárias (TINOCO, 2001).

Nessa perspectiva, lança-se a idéia da participação das empresas nas questões sociais e ambientais pela elaboração e publicação do Balanço Social.

O Balanço Social é definido pela Norma Brasileira de Contabilidade Técnica – NBC T 15, como Demonstração de Informações de Natureza Social e Ambiental, e sua elaboração tem por objetivo evidenciar os dados de natureza social e ambiental, extraídos ou não da Contabilidade, sendo uma demonstração complementar. Entende-se por informações de natureza social e ambiental:

- ◆ A geração e a distribuição de riqueza
- ◆ Os recursos humanos
- ◆ A interação da entidade com o ambiente externo
- ◆ A interação com o meio ambiente.

Segundo o Guia para Elaboração do Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade 2007 do Instituto Ethos (p. 9),

O Balanço Social é um levantamento dos principais indicadores de desempenho ambiental, econômico e social da empresa. Ele amplia seu diálogo com os públicos com os quais a empresa se relaciona e esclarece seus objetivos no passado, no presente e no futuro. O balanço social ainda permite que a importância da responsabilidade social seja ampliada na estratégia corporativa, uma vez que reúne, além da avaliação da empresa sobre o seu desempenho, as expectativas de seus públicos de interesse.

Para Tinoco (2001, p. 14), o “Balanço Social é um instrumento de gestão e de 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”.

Assim, Balanço Social é o nome dado à publicação de um conjunto de informações e de indicadores dos investimentos e das ações realizadas pelas empresas no cumprimento de sua função social junto a seus funcionários, ao governo e a sociedade com que interagem direta e indiretamente. Dessa forma, é um instrumento usado para demonstrar as ações de RS das empresas, que tem por finalidade atribuir maior transparência e visibilidade às informações que interessam a todos seus *stakeholders*.

Ainda, o Balanço Social pode contribuir para reforçar a imagem institucional das empresas ou das marcas e produtos a elas associados, na medida em que se apresente não apenas como mais um atributo de *marketing*, mas como um demonstrativo da efetiva Responsabilidade Social assumida e praticada pelas empresas e, em consequência, vem o entendimento e reconhecimento da sociedade.

O Balanço Social, segundo Frey (2005, p. 50),

[...] vem se consolidando como um instrumento da difusão da informação social. Inicialmente as informações prestadas pelas empresas eram dispersas, dificultando uma avaliação e análise mais acurada das práticas sociais realizadas pelas empresas. A evolução desses relatórios sociais, de prestação de contas ao público, incorporou informações mais abrangentes sobre a responsabilidade social e passou a apresentar essas informações num formato sintetizado, dando origem ao Balanço Social.

No Brasil, o Balanço Social conquista espaço na década de 1990, quando o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE apresenta um modelo de Balanço Social. Na atualidade, é o modelo mais utilizado pelas empresas brasileiras.

A Responsabilidade Social das empresas, para atingir sua plenitude, deve ser tratada de forma sistêmica, abrangendo toda a organização, sendo necessária a sua incorporação aos processos de gestão, integrando assim às estratégias do negócio (FREY, 2005).

Dessa forma, como instrumentos que podem auxiliar no planejamento e gestão da Responsabilidade Social Empresarial são propostos Indicadores de RS como os do Instituto Ethos, os Indicadores do Hopkins, os Indicadores do Balanço Social – Modelo IBASE, que servem como subsídio às empresas interessadas em divulgar suas práticas de abrangência Econômica, Social e Ambiental.

O Instituto Ethos, fundado em 1998, tem como associados algumas centenas de empresas em operação no Brasil, de diferentes portes e setores de atividade. A entidade tem como missão mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerirem seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade mais próspera e justa (INSTITUTO ETHOS – www.ethos.org.br).

Os Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial são instrumentos de diagnósticos que oferecem elementos para os processos de planejamento e gestão. Eles permitem à empresa conhecer as suas práticas de RS e, a partir disso, identificarem o seu valor como investimento e o impacto positivo que essas práticas trazem à sua *performance*, imagem e sustentabilidade (FREY, 2005).

Para fortalecer o movimento pela Responsabilidade Social no Brasil, o Instituto Ethos concebeu os Indicadores Ethos como um sistema de avaliação do estágio em que se encontram as práticas de Responsabilidade Social nas empresas (INSTITUTO ETHOS – www.ethos.org.br). A seguir, no Quadro 1, são demonstrados os temas (Valores, Transparência e Governança, Público Interno, Meio Ambiente, Fornecedores, Consumidores/Cliente, Comunidade, Governo e Sociedade) e indicadores propostos pelo Instituto Ethos, que servem como ferramentas de análise das práticas de Responsabilidade Social das empresas.

TEMAS E INDICADORES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL		
1 Valores, Transparência e Governança		
Indicadores		
1.1	Auto-Regulação da Conduta	Compromissos Éticos
		Enraizamento na Cultura Organizacional
		Governança Corporativa
1.2	Relações Transparentes com a Sociedade	Diálogo com Partes Interessadas (<i>stakeholders</i>)
		Relação com a concorrência
		Balanço Social

2 Público Interno		
2.1	Diálogo e Participação	Relação com os Sindicatos
		Relação com trabalhadores terceirizados
		Gestão Participativa
		Compromisso com desenvolvimento infantil
		Valorização da Diversidade
		Compromisso com equidade racial
2.2	Trabalho Decente	Compromisso com a equidade de gênero
		Política de remuneração, benefícios e carreiras
		Cuidado com a saúde, segurança e condições de trabalho
		Comprometimento com o Desenvolvimento Profissional e Empregabilidade.
		Comprometimento frente a Demissões
		Preparação para Aposentadoria
3 Meio Ambiente		
3.1	Gerenciamento do Impacto Ambiental	Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida dos Bens e Serviços
		Minimização de Entradas e Saídas de Materiais
3.2	Responsabilidade Frente às Gerações Futuras	Comprometimento da Empresa com a Causa Ambiental
		Educação e Conscientização Ambiental
4 Fornecedores		
4.1	Seleção, Avaliação e Parceria com Fornecedores	Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores
		Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva
		Trabalho forçado na cadeia produtiva
		Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores
5 Consumidores/Clientes		
5.1	Dimensão Social do Consumo	Política de comunicação comercial
		Excelência no Atendimento
		Conhecimento e gerenciamento dos Danos Potenciais dos Produtos e Serviços
6 Comunidade		
6.1	Relações com a Comunidade Local	Gerenciamento do Impacto da Empresa junto à Comunidade de Entorno
		Relações com Organizações Locais
6.2	Ação Social	Financiamento da ação social
		Envolvimento com a ação social
7 Governo e Sociedade		
7.1	Transparência Política	Contribuições para Campanhas Políticas
		Construção da cidadania pelas empresas
		Práticas Anticorrupção e Antipropina
7.2	Liderança Social	Liderança e Influência Social
		Participação em Projetos Sociais Governamentais

Quadro 1 – Temas e Indicadores de Responsabilidade Social

Fonte: Adaptado do Instituto Ethos

O Instituto Ethos ainda disponibiliza um questionário a ser respondido pelas empresas para assim avaliarem seu grau de RS.

Os Indicadores de Michael Hopkins foram concebidos com o objetivo de avaliar o perfil de Responsabilidade Social das empresas. De acordo com Ashley (2005 p. 95), esses indicadores foram apresentados em 1997 e baseiam-se no Desempenho Social das Empresas, proposto por Donna Wood, em 1991. Esse modelo é demonstrado no Quadro 2, disposto abaixo.

Elemento do Modelo de Empresa Socialmente Responsável	Indicador	
Nível I – Princípios de Responsabilidade Social		
Legitimidade	- Código de Ética	
Responsabilidade Pública	<ul style="list-style-type: none"> - Litígios envolvendo violação das leis pela empresa - Penalidades em consequência de atividade ilegais - Contribuição para inovações - Criação de empregos 	
Arbítrio dos Executivos	<ul style="list-style-type: none"> - Código de ética - Executivos condenados por atividades ilegais 	
Nível II – Processo de capacidade de Resposta Social		
Percepção do Ambiente	- Mecanismo para examinar as questões sociais relevantes para a empresa	
Gerenciamento dos <i>Stakeholders</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Corpo analítico para as questões sociais como parte integral da elaboração de políticas - Existe auditoria social? - Existe relatório de prestação de contas sobre ética? 	
Administração de Questões	- Políticas elaboradas tendo como base de análise as questões sociais	
Nível III – Resultados/Ações de Responsabilidade Social		
Elemento do Modelo de Empresa Socialmente Responsável	<i>Stakeholders</i> Grupos Assumidos	Indicador
Efeito nos <i>Stakeholders</i> Internos	Proprietários e Acionistas	<ul style="list-style-type: none"> - Lucratividade/Valor - Irresponsabilidade Corporativa ou Atividades Ilegais - Bem-estar da Comunidade - Filantropia Corporativa - Código de Ética
	Executivos	- Código de Ética
	Funcionários	<ul style="list-style-type: none"> - Relações Sindicatos/Empresa - Questões de Segurança - Pagamento, subsídios e benefícios - Demissões - Funcionários Proprietários - Políticas para Mulheres e Minorias

Efeito nos <i>Stakeholders</i> Externos	Clientes e Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> - Código de Ética - <i>Recalls</i> de produtos - Litígios - Controvérsia Pública sobre Produtos ou Serviços - Propaganda Enganosa
	Meio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> - Poluição - Lixo Tóxico - Reciclagem e Uso de Produtos Reciclados - Uso de Etiqueta Ecologia nos Produtos
	Comunidade	<ul style="list-style-type: none"> - Doações Corporativas para Programas Comunitários - Envolvimento Direto em Programas Comunitários - Controvérsias ou Litígios com a Comunidade
	Fornecedores	<ul style="list-style-type: none"> - Código de Ética da Empresa - Código de Ética dos Fornecedores - Litígios/Penalidades - Controvérsias Públicas
Efeitos Institucionais Externos	Organização como uma Instituição Social	<ul style="list-style-type: none"> - Código de Ética - Litígios Genéricos - Processos por Ações Classistas - Melhorias nas Políticas Públicas e na Legislação em Decorrência de Pressões da Empresa

Quadro 2: Indicadores de Hopkins de Responsabilidade Social Empresarial

Fonte: Adaptado de Hopkins (1977 p. 581 *apud* Ashley 2005, p. 96-99)

Os indicadores estão distribuídos em nove elementos, no intuito de permitir a visualização das dimensões e relacionamentos de uma empresa socialmente responsável, além de possibilitar a comparação entre empresas quanto ao grau de RS. Os indicadores têm a característica de serem genéricos para todas as empresas (ASHLEY, 2005). Entretanto, segundo Frey (2005, p. 69), “este modelo ainda não é muito difundido no meio empresarial brasileiro”.

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE, fundado em 1981, pelo sociólogo Herbert de Souza (Betinho), é uma instituição de utilidade pública federal, sem fins lucrativos, sem vinculação religiosa ou política. Sua missão é a construção da democracia, combatendo desigualdades e estimulando a participação cidadã (IBASE – www.ibase.org.br).

O modelo de Balanço Social proposto pelo IBASE, conforme disposto no Anexo 2, tem como objetivo informar sobre os investimentos internos e externos relacionados à Responsabilidade Social das empresas que o publicam. É o modelo mais usado no Brasil dada

a fácil elaboração, o que proporciona a maior adesão das empresas, e, por consequência, facilita a comparabilidade no decorrer dos anos ou entre empresas.

O Balanço Social, elaborado no modelo IBASE, apresenta uma série de informações que podem ser traduzidas em indicadores. No Quadro 3, é apresentada uma síntese das informações contempladas no modelo IBASE.

1. Base de cálculo - Receita líquida - Resultado operacional - Folha de pagamento bruta	Dados apresentados em valores monetários, relativos ao ano em questão e ao ano anterior.
2. Indicadores sociais internos	Valores monetários, comparados individualmente com a folha de pagamento bruta e com a receita líquida. As informações são relativas a dois anos.
3. Indicadores sociais externos	Valores monetários, comparados individualmente com a receita operacional e com a receita líquida. As informações são relativas a dois anos.
4. Indicadores ambientais	Valores monetários, comparados individualmente com a receita operacional e com a receita líquida. As informações são relativas a dois anos.
5. Indicadores do corpo funcional	Dados numéricos relativos a dois anos
6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	Composto por opções de múltipla escolha, também relativo a dois anos
7. Outras informações	Espaço destinado para avaliação qualitativa

Quadro 3: Demonstrativo do Balanço Social – modelo IBASE

Fonte: Adaptado do Balanço Social modelo IBASE

Nesta pesquisa, foram adotados os Indicadores de Responsabilidade Social Empresarial do Instituto Ethos, pelo fato de este Instituto não ter um modelo pré-determinado de Balanço Social.

O Modelo IBASE (modelo pré-estabelecido) se constitui por uma planilha composta prioritariamente de indicadores quantitativos. Como o intuito da pesquisa foi verificar como as empresas da amostra estão evidenciando seus Indicadores de RS e para isso se buscou os tipos de evidenciação, a pesquisa ficaria limitada se fossem usados os indicadores propostos pelo IBASE. Também pelo fato de o Modelo IBASE ser o mais utilizado, justamente por disponibilizar uma planilha estruturada, as empresas da amostra que teriam usado um modelo próprio, por exemplo, seriam prejudicadas no número e tipo de evidenciação.

2.4 Relatório da Administração

No Brasil, o Relatório da Administração está previsto no art. 133 da Lei nº. 6.404/76 e faz parte do conjunto de informações que deve ser divulgado pelas companhias abertas na prestação de contas. Também ele é recomendado no Parecer de Orientação nº. 15/87 da CVM.

De acordo com Fipecafi (2007, p.505), “o relatório da administração representa um necessário e importante complemento às demonstrações financeiras publicadas por uma empresa, em termos de permitir o fornecimento de dados e informações adicionais que sejam úteis aos usuários no seu julgamento e processo de tomada de decisões”. Por ser descritivo e menos técnico que as demonstrações contábeis, possibilitam que diferentes usuários o compreendam, além de mostrar a transparência dos negócios.

O Relatório da Administração deve evidenciar um conjunto de informações adicionais, visando complementar as demonstrações contábeis de uma empresa, além de proporcionar aos acionistas informações mais precisas para o seu processo de tomada de decisões.

Segundo Fipecafi (2007, p. 506), “o Relatório da Administração deve ser um forte instrumento de comunicação entre a entidade, seus acionistas e a comunidade na qual se insere, posto que sua adequada elaboração proporcione tomada de decisões de melhor qualidade”.

A forma de apresentação do Relatório da Administração, segundo Fipecafi (2007, p. 506), não é padronizado, para não prejudicar a flexibilidade que o relatório deve apresentar, porém existe um consenso de que na elaboração sejam enfocados tópicos como:

- ◆ As atividades globais do grupo (análise corporativa).
- ◆ Informações mais detalhadas das atividades de ramos ou segmentos individuais (análise setorial); refere-se à análise do setor em que a empresa atua.
- ◆ Análise dos resultados e da posição financeira do grupo (análise financeira), a qual deve incluir os resultados operacionais, a situação de liquidez da empresa, a avaliação dos ativos e os efeitos das variações na taxa de câmbio.

Na análise corporativa, deve-se dar enfoque e permitir uma visão das atividades da empresa, ou grupo, a discussão e análise dos seguintes itens, quando apropriado:

- ◆ Estratégia corporativa, mudanças de estratégia e resultados globais.
- ◆ Eventos externos incomuns que tenham afetado o desempenho da empresa, ou grupo.
- ◆ Compras e/ou vendas de ativos significativos e seus reflexos no resultado e na situação financeira.

- ◆ Recursos humanos, incluindo informações sobre a estrutura organizacional e gerencial, a relação de trabalho, treinamento, bem-estar, segurança e demonstração de valor adicionado (DVA).

- ◆ Responsabilidade social, com referências específicas sobre segurança do público consumidor e da comunidade e proteção ao meio ambiente.

- ◆ Atividades de pesquisa e desenvolvimento.

Ainda conforme Fipecafi (2007, p. 507), além dos tópicos e itens especificamente mencionados por inclusão no Relatório da Administração, devem-se considerar os seguintes itens adicionais:

- ◆ Descrição das atividades do empreendimento, porte e distribuição geográfica das operações.

- ◆ Demonstração-resumo dos itens mais relevantes das demonstrações contábeis e estatísticas-chave para o ano.

- ◆ Informações sobre os diretores, incluindo responsabilidades e participações na empresa.

- ◆ Uma análise da posição acionária, incluindo informações dos acionistas principais.

A publicação do Relatório da Administração pelas empresas, além de obrigatório para as companhias abertas, é essencial na prestação de contas da gestão empresarial, além de servir de complemento às demonstrações contábeis.

No Brasil, de acordo com a Lei nº. 6.404, de 15 de dezembro de 1976, o Relatório da Administração deve ser publicado juntamente com as demonstrações contábeis tradicionais do encerramento do exercício social, devendo conter as seguintes informações:

- ◆ Aquisição de debêntures de sua própria emissão (art. 55, § 2º).

- ◆ Política de reinvestimento de lucros e distribuição de dividendos constantes de acordo de acionistas (art. 118, § 5º).

- ◆ Negócios sociais e principais fatos administrativos ocorridos no exercício (art. 133, inciso I).

- ◆ Relação dos investimentos em sociedades coligadas e/ou controladas evidenciando as modificações ocorridas durante o exercício (art. 243).

A CVM propõe, por meio de sua deliberação nº. 488/2005, que aprovou o pronunciamento do Ibracon NPC nº. 27, em que trata, entre outros quesitos, o conteúdo mínimo do Relatório de Administração publicado pelas companhias abertas.

Segundo essa deliberação, o Relatório de Administração deve conter, além do solicitado pela lei das Sociedades Anônimas, as informações referentes à:

- ◆ Descrição dos negócios, produtos e serviços.
- ◆ Comentários sobre a conjuntura econômica geral relacionada à entidade, incluindo concorrência nos mercados, atos governamentais e outros fatores exógenos (externos) materiais sobre o desempenho da companhia.
- ◆ Informação sobre os recursos humanos.
- ◆ Investimentos realizados.
- ◆ Pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e serviços.
- ◆ Reorganização societária e programas de racionalização.
- ◆ Direitos dos acionistas e políticas de dividendos, societárias e perspectivas e planos para o período em curso e os futuros.
- ◆ Fatores principais e influências que determinam o desempenho, incluindo mudanças no ambiente no qual a entidade opera, a resposta da entidade às mudanças e seu efeito, a sua política de investimento para manter e melhorar o desempenho.
- ◆ Fontes de obtenção de recursos da entidade.
- ◆ Os recursos da entidade não reconhecidos no balanço por não atenderem à definição de ativos.

Nesta última informação, destacam-se os itens como: operações com derivativos que não constem no balanço, cartas de fiança e outras garantias concedidas, contingências não contabilizadas, planos de remuneração baseados em ações e ativos intangíveis não adquiridos.

A publicação do Relatório da Administração pelas companhias abertas é uma forma de transparência de suas gestões, pois este é um documento essencial e complementar das demonstrações contábeis de um determinado exercício, visando dar mais clareza para seus acionistas e usuários em geral.

Observou-se, durante a pesquisa, que algumas empresas estão complementando suas demonstrações contábeis por meio de um relatório chamado Relatório de Sustentabilidade segundo o modelo *GRI – Global Reporting Initiative*.

A *Global Reporting Initiative* é uma organização internacional, constituída desde 1997, que tem por objetivo desenvolver e aprimorar diretrizes para a elaboração de Relatórios de Sustentabilidade de forma a permitir que os relatórios de desempenho ambiental, econômico e social de organizações de qualquer porte, setor ou localização geográfica sejam tão periódicos e comparáveis quanto os relatórios financeiros (INSTITUTO ETHOS – www.ethos.org.br).

Assim, nesta pesquisa, ficou considerado, para fins de análise, o Relatório da Administração e o Relatório de Sustentabilidade como sinônimo.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Para que seja possível o desenvolvimento deste estudo, é necessário que se apresente uma metodologia; nesta seção são apresentados o Universo e Amostra da Pesquisa, o Enquadramento Metodológico, a Coleta dos Dados e a Análise e Interpretação dos Dados.

3.1 Universo e Amostra da Pesquisa

O universo da pesquisa é constituído por 41 empresas listadas no programa “Em Boa Companhia” da Bovespa, disponível na *homepage* <www.bovespa.com.br>, no dia 11 de maio de 2008 (Apêndice A).

Os Relatórios da Administração e Balanços Sociais do exercício de 2007 foram imprescindíveis para esta pesquisa. As empresas Aracruz, Banco Bradesco, Banco Paraná, Celulose Irani, CEMIG, Comgas, CSU Cardsystem, Dixie Toga, Gerdau, Natura Cosmético, OHL Brasil, Souza Cruz e Suzano Papel e Celulose haviam publicado nos seus *sites* somente os Relatórios Anuais/Sustentabilidade até o dia 08/07/2008 (data limite de consulta). Diante disso, foram contatadas, no dia 08/07/08, por *e-mail*, as empresas Aracruz e CEMIG, e no próprio *site* pelo *link* “Fale Conosco”, as empresas Banco Bradesco, Banco Paraná, Celulose Irani, Comgas, CSU Cardsystem, Dixie Toga, Gerdau, Natura Cosmético, OHL Brasil, Souza Cruz e Suzano Papel e Celulose, no intuito de conseguir os Balanços Sociais. Das 13 empresas contatadas somente uma, a CEMIG, atendeu ao pedido enviando o seu RA e o BS por correio.

As empresas que não publicaram seus Relatórios da Administração/Sustentabilidade e Balanços Sociais, nos seus sítios eletrônicos, ou que não atenderam ao contato, perderam na mensuração; e, nesta pesquisa, do universo de 41 empresas, fizeram parte da análise somente 11 que são a: CEMIG, Coelce, Copel, Duke Energy, Duratex, Energias do Brasil, Banco Itaú, Sanepar, TAM Linhas Aéreas S. A., Unibanco, VCP – Votorantin Celulose e Papel.

Assim, a amostra deste trabalho é constituída por 11 empresas. Estão identificadas no Quadro 4, bem como seus respectivos *sites* e o setor de atuação, e, para facilitar, o estudo cada empresa recebeu um código.

Amostra das Empresas Seleccionadas			
Código	Empresa	Sites	Setor
1	CEMIG	www.cemig.com.br	Energia Elétrica
2	Coelce	www.coelce.com.br	Energia Elétrica
3	Copel	www.copel.com	Energia Elétrica
4	Duke Energy	www.duke-energy.com.br	Energia Elétrica
5	Duratex	www.duratex.com.br	Materiais Básicos / Madeira, Papel
6	Energias do Brasil	www.energiasdobrasil.com.br	Energia Elétrica
7	Itaú	www.italu.com.br	Bancos/Banco Múltiplo
8	Sanepar	www.sanepar.com.br	Utilidade Pública
9	TAM Linhas Aéreas S.A.	www.tam.com.br	Transporte Aéreo
10	Unibanco	www.ri.unibanco.com.br	Intermediários Financeiros
11	VCP – Votorantim Celulose e Papel	www.vcp.com.br	Papel e Celulose

Quadro 4: Amostra das Empresas Seleccionadas

Fonte: Adaptado da Bovespa (www.bovespa.com.br).

Salienta-se que as empresas que não disponibilizaram nem o Relatório da Administração/Sustentabilidade e tão pouco o Balanço Social, até a data limite da consulta, foram excluídas automaticamente da pesquisa.

3.2 Enquadramento Metodológico

O trabalho monográfico é uma pesquisa científica que exige procedimentos metodológicos, nos quais estão os delineamentos, que definem planos e estruturas a fim de nortear o pesquisador na busca das respostas aos problemas do estudo (BEUREN e RAUPP 2003).

A metodologia utilizada na pesquisa é descritiva. Segundo Gil (2007 p. 42), “a pesquisa descritiva têm como principal objetivo descrever características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre as variáveis”. Dessa forma, a pesquisa procura verificar a aderência das empresas da amostra frente aos Indicadores de Responsabilidade Social do Instituto Ethos, por meio de um estudo documental, com abordagem do problema de forma qualitativa dos dados.

Segundo Richardson (1999, p. 80), “os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais”.

A abordagem qualitativa se dá por meio da leitura e interpretação das informações constantes nos Balanços Sociais e Relatórios da Administração e se baseia na presença ou ausência das informações que respondem pelos indicadores investigados. Apesar de haver a contagem numérica dos indicadores que evidenciam a Responsabilidade Social, esta pesquisa é classificada somente como qualitativa porque tem como objetivo a interpretação dos dados obtidos no decorrer do trabalho.

O procedimento adotado para o levantamento dos dados foi por meio de pesquisa documental e bibliográfica, ou seja, suas fontes de dados são constituídas de materiais como livros, monografias, dissertações, teses, artigos científicos, revistas, Balanços Sociais e Relatórios da Administração. Salienta-se que neste trabalho foi considerado como sinônimos o Relatório da Administração e o Relatório de Sustentabilidade.

Para Gil (2007, p. 44), a pesquisa bibliográfica “é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

A pesquisa documental para Silva, Grigolo (2002 *apud* BEUREN e RAUPP, 2003) visa selecionar, tratar e interpretar informações que ainda não receberam nenhuma análise mais profunda, buscando extrair dela algum sentido e atribuir algum valor.

Segundo Gil (2007, p. 45),

A pesquisa documental assemelha-se muito à pesquisa bibliográfica. A diferença essencial entre ambas está na natureza das fontes. Enquanto a pesquisa bibliográfica se utiliza fundamentalmente das contribuições dos diversos autores sobre determinado assunto, a pesquisa documental vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos de pesquisa.

A pesquisa documental ajuda a reunir informações antes dispersas e não tratadas que podem servir para futuras consultas.

Esta pesquisa pretende analisar, por meio dos dados coletados, como as empresas listadas no programa da Bovespa estão evidenciando suas práticas de Responsabilidade Social.

3.3 Procedimentos para Coleta dos Dados

Esta monografia utiliza como técnica de pesquisa a análise de conteúdo em fonte caracterizada como secundária – Relatório da Administração e Balanço Social disponíveis nos *sites* das empresas da amostra, – no caso da CEMIG o acesso foi pelo correio – e como unidade de análise o exame de sentenças ou indicadores para a codificação e quantificação da Evidenciação da Responsabilidade Social.

A análise de conteúdo se refere ao conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando obter, por meio de procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a indução de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção das variáveis inferidas das mensagens (BARDIN, 1977). Dessa maneira, entende-se que o método da análise de conteúdo tem por objetivo estudar as comunicações entre pessoas, dando ênfase ao conteúdo das mensagens.

A pesquisa trata do exame do conteúdo dos Balanços Sociais (BSs) e Relatórios da Administração (RAs) para identificar as informações da Responsabilidade Social (RS) evidenciadas. A análise de conteúdo das empresas da amostra é efetuada com base na metodologia de Guthrie *et al.* (1999 *apud* CARVALHO, ENSSLIN, IGARASHI, 2006), com o objetivo de classificar os Indicadores de Responsabilidade Social evidenciados.

A classificação dos indicadores de Responsabilidade Social empresarial utilizada na pesquisa é a proposta pelo Instituto Ethos, conforme o exposto no Quadro 5.

Temas e Indicadores de Responsabilidade Social		
1 Valores, Transparência e Governança		
	Indicadores	Práticas Consideradas
Auto-Regulação da Conduta	Compromissos Éticos	Adoção a Código de Ética
	Enraizamento na Cultura Organizacional	Difusão dos Valores e Crenças da Empresa.
	Governança Corporativa	Incorporação de Critérios de Ordem Social e Ambiental na Definição do Negócio da Empresa.
Relações Transparentes com a Sociedade	Diálogo com Partes Interessadas (<i>Stakeholders</i>)	Envolvimento dos Parceiros na Definição de Estratégias de Negócios da Empresa.
	Relação com a Concorrência	Busca pela Liderança no Mercado
	Balanço Social	Auditoria no Balanço Social.
2 Público Interno		
Diálogo e Participação	Relação com Os Sindicatos	Liberdade Sindical.
	Relação com Trabalhadores Terceirizados	Condições Semelhantes às de seus Próprios Empregados.
	Gestão Participativa	Envolvimento dos Empregados em Decisões da Empresa.
Respeito ao Indivíduo	Compromisso com o Futuro das Crianças	Emprego a Aprendiz.
	Compromisso com Desenvolvimento Infantil	Assistência aos Filhos dos Empregados (Auxílios-Creche, Plano de Saúde e Outros Benefícios).
	Valorização da Diversidade	Contratação de Pessoas com Necessidades Especiais.

	Compromisso com Equidade Racial	Contratação de Negros.
	Compromisso com a Equidade de Gênero	Ações de Valorização às Mulheres.
Trabalho Decente	Política de Remuneração, Benefícios e Carreiras	Participação nos Lucros/ Resultados da Empresas.
	Cuidado com a Saúde, Segurança e Condições de Trabalho	Investimentos em Saúde e Segurança dos Funcionários.
	Comprometimento com o Desenvolvimento Profissional e Empregabilidade	Investimento em Capacitação e Desenvolvimento Profissional.
	Comprometimento Frente a Demissões	Auxílio na Recolocação dos Demitidos.
	Preparação para Aposentadoria	Plano de Previdência Complementar.
3 Meio Ambiente		
Gerenciamento do Impacto Ambiental	Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida dos Bens e Serviços	Reciclagem dos Compostos e Refugos Originários das Operações.
	Minimização de Entradas e Saídas de Materiais	Redução do Consumo de Água, Luz e Insumos na Produção e a Minimização de Resíduos.
Responsabilidade Frente às Gerações Futuras	Compromisso com a Melhoria da Qualidade Ambiental	Projetos e Investimentos Visando à Compensação Ambiental.
	Educação e Conscientização Ambiental	Desenvolvimento de Campanhas, Projetos e Programas Educativos Voltados para Toda Sociedade.
4 Fornecedores		
Seleção, Avaliação e Parceria com Fornecedores	CrITÉrios de Seleção e Avaliação de Fornecedores	Exigência a Aderência de Padrões Éticos e de Responsabilidade Social e Ambiental Adotados pela Empresa.
	Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva	Incentivo a Erradicação do Trabalho da Criança e do Adolescente.
	Trabalho Forçado na Cadeia Produtiva	Comprovação da Inexistência do Trabalho Forçado (Análogo ao Escravo)
	Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores	Priorização de Fornecedores Locais.
5 Consumidores/Cientes		
Dimensão Social do Consumo	Política de Comunicação Comercial	Comunicação com Dimensão Educativa.
	Excelência do Atendimento	Serviços de Atendimento ao Cliente.
	Conhecimento e Gerenciamento dos Produtos e Serviços	Compromisso com a Qualidade dos Produtos Ofertados.
6 Comunidade		
Relações com a Comunidade	Gerenciamento do Impacto da Empresa na Comunidade de Entorno	Interação Dinâmica e Transparente com a Comunidade.

Local	Relações com Organizações Locais	Patrocínios e Apoio na Execução de Projetos Sociais Promovidos pelas Entidades.
Ação Social	Financiamento da Ação Social	Constituição de Instituto para Garantir Continuidade de Suas Ações Sociais.
	Envolvimento com a Ação Social	Incentivo ao Trabalho Voluntário.
7 Governo e Sociedade		
Transparência Política	Contribuições para Campanhas Políticas	Transparência nos Critérios e nas Doações a Candidatos e Partidos Políticos.
	Construção da Cidadania pelas Empresas	Incentivo a Participação Popular e o Combate à Corrupção;
	Práticas Anticorrupção e Antipropina	Compromisso Formal Contra Corrupção e Propina.
Liderança Social	Liderança e Influência Social	Parcerias com Instituições na Elaboração de Propostas de Interesse Público.
	Participação em Projetos Sociais Governamentais	Participação no Desenvolvimento e na Formulação de Políticas Públicas na Área Social.

Quadro 5 – Indicadores de Responsabilidade Social e Práticas Consideradas

Fonte: Adaptado do Instituto Ethos.

A metodologia de Guthrie *et al.* (1999 *apud* CARVALHO, ENSSLIN, IGARASHI, 2006) consiste na utilização de um sistema de códigos numéricos, conforme descrito abaixo, para identificar a existência ou não existência da evidenciação, no caso desta pesquisa, dos Indicadores de Responsabilidade Social, e como eles estão sendo divulgados. Assim foi atribuído:

0 = quando o indicador não apareceu no Balanço Social/Relatório da Administração;

1 = quando o indicador apareceu no Balanço Social/Relatório da Administração;

Após a atribuição dos códigos 0 e 1 aos indicadores de Responsabilidade Social, realizou-se um somatório da presença destes em cada empresa analisada (campo Total) e calculou-se a frequência em termos percentuais (campo %) com que cada indicador foi divulgado.

A pesquisa leva em consideração 39 indicadores de Responsabilidade Social, propostos pelo Instituto Ethos, que são divididos nos seguintes temas:

1. Valores, Transparência e Governança – 6 indicadores
2. Público Interno – 13 indicadores
3. Meio Ambiente – 4 indicadores
4. Fornecedores – 4 indicadores
5. Consumidores/Clientes – 3 indicadores

6. Comunidade – 4 indicadores
7. Governo e Sociedade – 5 indicadores.

Destaca-se então que os Indicadores Ethos, que são tomados como base neste trabalho, abrangem, além da área Social, também a Ambiental.

No Quadro 6, apresenta-se uma matriz com os Temas e Indicadores de Responsabilidade Social propostos pelo Instituto Ethos, aliado à metodologia de Guthrie *et al.* (1999 *apud* CARVALHO, ENSSLIN, IGARASHI, 2006), que auxiliou na coleta dos dados da pesquisa.

Indicadores de Responsabilidade Social											
	1	2	3	4	5	6	7	8	...11	Total	%
1 Valores, Transparência e Governança											
Auto-Regulação e Conduta											
Compromissos Éticos											
Enraizamento na Cultura Organizacional											
Governança Corporativa											
Relações Transparentes com a Sociedade											
Diálogo com Partes Interessadas (<i>stakeholders</i>)											
Relação com a Concorrência											
Balanço Social											
2 Público Interno											
Diálogo e Participação											
Relação com os Sindicatos											
Relação com Trabalhadores Terceirizados											
Gestão Participativa											
Respeito ao Indivíduo											
Compromisso com o Futuro das Crianças											
Compromisso com o Desenvolvimento Infantil											
Valorização da Diversidade											
Compromisso com Equidade Racial											
Compromisso com a Equidade de Gênero											
Trabalho Decente											
Política de Remuneração, Benefícios e Carreiras											
Cuidado com a Saúde, Segurança e Condições de Trabalho											
Comprometimento com Desenvolvimento Profissional e Empregabilidade											
Comprometimento frente a Demissões											
Preparo para Aposentadoria											
3 Meio Ambiente											
Gerenciamento do Impacto Ambiental											

que os RAs e BSs foram sendo lidos, os conteúdos das mensagens foram observados e associados aos Indicadores de Responsabilidade Sociais especificados no Quadro 5. Depois de identificada a evidenciação (ou não) de cada indicador, foi codificada, conforme o proposto pela metodologia de Guthrie *et al.* (1999 *apud*, CARVALHO, ENSSLIN, IGARASHI, 2006), nas matrizes de exame de conteúdo dos RAs e BSs.

Após o processo de verificação da existência ou não da evidenciação dos indicadores, foi feito um somatório, em cada matriz, no eixo vertical dos indicadores presentes na divulgação de cada empresa. Também foi feito um somatório, no eixo horizontal, para verificação do número total de ocorrência de cada indicador (campo Total); foi calculada também a frequência em termos percentuais (campo %) com que cada indicador foi divulgado. No eixo vertical, somou-se a quantidade de indicadores presentes em cada empresa.

Para promover a quantificação da evidenciação dos Indicadores de Responsabilidade Social das empresas analisadas, foram estipulados tipos para os indicadores evidenciados:

Tipo1 = evidenciação narrativa

Tipo 2 = evidenciação quantitativa não-monetária

Tipo 3 = evidenciação quantitativa monetária

Tipo 4 = evidenciação quantitativa não-monetária e monetária.

Salienta-se que o termo “quantitativa monetária”, citado nos tipos de evidenciação, refere-se às práticas consideradas na análise e encontradas nos relatórios analisados, que apareceram com valor monetário. Já “quantitativa não-monetária” se refere às práticas que apareceram com valor numérico como, por exemplo, percentuais da receita destinada a treinamento e desenvolvimento profissional e números de projetos desenvolvidos visando à compensação ambiental. Ainda “quantitativa não-monetária e monetária” foi usada àquelas que apareceram com os dois tipos de evidenciação como investimento em Educação Ambiental, demonstrados com o valor monetário gasto e o percentual da receita do exercício correspondente a este gasto.

A fim de ajudar na análise e compreensão dos dados obtidos, foi utilizada a matriz exposta no Quadro 7, para investigar os Tipos mais evidenciados dos Indicadores de Responsabilidade Social (RS).

Consumidores/Clientes																				
Dimensão Social do Consumo	1																			
	2																			
	3																			
	4																			
Comunidade																				
Relações com a Comunidade Local	1																			
	2																			
	3																			
	4																			
Ação Social																				
Ação Social	1																			
	2																			
	3																			
	4																			
Governo e Sociedade																				
Transparência Política	1																			
	2																			
	3																			
	4																			
Liderança Social																				
Liderança Social	1																			
	2																			
	3																			
	4																			
Total																				
Total	1																			
	2																			
	3																			
	4																			

Quadro 7: Matriz para investigação dos Tipos de Evidenciação dos Indicadores de RS
 Fonte: Elaboração Própria

Ainda com o intuito de promover a compreensão dos Indicadores de Responsabilidade Social, evidenciados pelas empresas, são demonstrados abaixo alguns trechos encontrados nos RAs e BSs das empresas como exemplos dos tipos de evidenciação.

Tema: Valores, Transparência e Governança

- **Compromissos Éticos:** a Copel divulgou, no seu RA de 2007, informações sobre a sua adoção de um código de ética. O tipo de evidenciação desse indicador classifica-se como uma prática que apareceu no RA na forma narrativa, sendo assim do tipo 1.

Em 2003, a Copel instituiu seu Código de Conduta, com base nos valores empresariais e na sua cultura corporativa. Esse instrumento tem se consolidado dinamicamente, de modo a refletir a integridade de seus procedimentos em todas as suas relações, sejam internas, com seus empregados, ou com todas as demais partes interessadas em seus negócios. Seus artigos e incisos são temas de diálogo com as partes interessadas, envolvendo administradores, empregados, fornecedores, clientes, acionistas e consumidores (COPEL, Relatório da Administração de 2007, p. 40).

Tema: Público Interno

- **Política de Remuneração, Benefícios e Carreira:** a CEMIG demonstra sua preocupação com uma melhor remuneração de seus colaboradores, e o tipo de evidenciação deste indicador é do tipo 2 – não-monetária.

A média da faixa salarial da CEMIG representa 112% da mediana do mercado e atualmente a Empresa tem cerca de 95% de seus empregados remunerados acima da mediana do mercado (CEMIG, Relatório da Administração 2007, p. 87).

- **Comprometimento com o Desenvolvimento Profissional e Empregabilidade:** a Coelce demonstrou sua preocupação, no seu RA de 2007, investindo em desenvolvimento profissional dos seus empregados. Quanto ao tipo de evidenciação, o trecho abaixo apresenta uma prática do tipo quantitativa monetária, portanto tipo 3.

A Coelce encerrou o ano de 2007 com 1.297 colaboradores próprios e 6.837 terceirizados. Efetivando uma política de qualificação e aperfeiçoamento profissional, a Coelce investiu em treinamento e desenvolvimento de pessoal. Ao todo, foram realizadas 282.994 horas de treinamento nas áreas de segurança, operacional, administrativa e financeira, com aplicação de um montante de R\$ 2,5 milhões (COELCE, Relatório da Administração 2007, p. 18).

- **Valorização da Diversidade:** a Copel demonstrou no seu Balanço Social que busca valorizar e respeitar a diversidade, o que significa proporcionar igualdade aos que se candidatam a uma vaga na empresa e aos seus empregados. O tipo de evidenciação ocorrido neste trecho abaixo é do tipo 1, evidenciação que apareceu no Balanço Social na forma narrativa.

Nossa Companhia valoriza e respeita a diversidade externa e internamente (COPEL, Balanço Social 2007, p. 3).

Tema: Meio Ambiente

- **Educação e Conscientização Ambiental:** a Coelce evidencia a prática de educação ambiental na forma narrativa no seu RA, portanto do tipo 1, conforme citação abaixo.

A Coelce mantém diversos projetos com foco em educação ambiental e realiza estudos de impactos de sua atividade no meio ambiente, para aperfeiçoar sua eficiência no fornecimento de uma energia limpa e segura (COELCE, Relatório da Administração, 2007 p.19).

- **Minimização de Entradas e Saídas de Materiais:** a empresa Duke Energy no seu Balanço Social demonstra que:

Quanto ao estabelecimento de “metas anuais” para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização dos recursos naturais a empresa: (x) não possui metas (DUKE ENERGY, Balanço Social 2007 p.1).

E o tipo de evidenciação ocorrido no trecho acima também é do tipo 1, evidenciação na forma narrativa.

Tema: Fornecedores

- **Crítérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores:** a Copel faz seleção e avaliação dos seus fornecedores, e a forma de evidenciação deste indicador é do tipo 1 – narrativa.

Integração entre a Copel e seus fornecedores já é realizada por meio de nossos gestores de contratos, em cada unidade regional da Companhia e através: a) do encontro prévio à execução daqueles com representantes das empresas contratadas, para discussão de aspectos técnico-administrativos, de segurança e medicina do trabalho, e da legislação ambiental e trabalhista pertinentes; e b) de reuniões periódicas entre a Companhia e o sindicato representante das empreiteiras de obras contratadas (COPEL, Relatório da Administração, 2007 p.31).

Tema: Consumidores /Clientes

- **Excelência no Atendimento:** a Copel demonstra em seu RA a atenção dada a seus clientes, no sentido de melhorar o atendimento.

Os deficientes visuais residentes no Paraná passaram a receber em casa, junto com a conta de luz, demonstrativo de seus gastos de eletricidade em Braille. Com esta inovação na acessibilidade comunicacional, nossos clientes cegos ganharam condições de gerenciar melhor seu consumo sem depender do auxílio de outras pessoas (COPEL, Relatório da Administração 2007, p.65).

Tema: Comunidade

- **Relações com Organizações Locais:** a empresa Energias do Brasil demonstra seu envolvimento com a comunidade. O tipo de evidenciação ocorrido no trecho abaixo é do tipo 4, evidenciação não-monetária e monetária.

Além dos projetos próprios e do apoio a parceiros sociais, as empresas do grupo destinam anualmente 1% do imposto de renda devido para os Fundos Municipais de Direitos da Criança e do Adolescente. No ano foram destinados R\$ 479 mil a 14 projetos, que beneficiaram mais de 1.800 pessoas (ENERGIAS DO BRASIL, Relatório da Administração 2007, p.19).

Uma vez manipulados os dados e obtidos os resultados, o passo seguinte é a análise e sua interpretação.

3.4 Análise e Interpretação dos Dados

Na análise o pesquisador entra em detalhes sobre os dados coletados, a fim de conseguir respostas às suas indagações e procura estabelecer relações necessárias entre os dados obtidos e as hipóteses formuladas. Já a interpretação significa a exposição do verdadeiro significado do material apresentado, em relação aos objetivos propostos e ao tema (MARCONI, LAKATOS, 2007).

Para auxiliar a análise e interpretação, foram utilizados gráficos e quadros comparativos com o intuito de buscar resposta à pergunta da pesquisa e explicar os resultados.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção, serão apresentados os resultados da pesquisa a fim de alcançar os seguintes objetivos específicos: (a) Coletar informações nos Relatórios da Administração e Balanços Sociais sobre a evidenciação da Responsabilidade Social das empresas da amostra, usando a técnica da análise de conteúdo; (b) Identificar os indicadores de Responsabilidades Sociais mais evidenciados pelas empresas da amostra, como base nos indicadores de Responsabilidade Social Corporativa do Instituto Ethos; (c) Identificar a empresa que mais evidenciou suas práticas de Responsabilidade Social; (d) Investigar os Tipos de Evidenciação dos Indicadores de Responsabilidade Social divulgados nos Relatórios da Administração e Balanços Sociais das empresas da amostra; e, (e) Cotejar os resultados encontrados nas duas fontes de coleta de dados com vista a verificar se as informações constantes no RA se fazem presente no BS.

Assim, a primeira etapa desta análise trata do exame do conteúdo dos RAs e BSs com o intuito de identificar os indicadores de Responsabilidade Social evidenciados. Este exame é tratado no item 4.1. No subitem 4.1.1, está exposto o exame nos RAs das empresas, e, no subitem 4.1.2, o exame do conteúdo dos BSs, a fim de atender aos objetivos específicos (a), (b) e (c) acima mencionados.

Na segunda etapa da análise, são apresentados os Tipos da Evidenciação dos Indicadores de Responsabilidade Social das empresas da amostra, no intuito de atender o objetivo específico (d). Esta etapa é desenvolvida no item 4.2. No subitem 4.2.1 são apresentados os tipos de evidenciação da Responsabilidade Social nos RAs, e no subitem 4.2.2 os tipos de evidenciação da Responsabilidade Social nos BSs.

Na terceira etapa desta análise, no item 4.3, é feito o cotejamento das informações encontradas nas duas fontes de coleta dos dados, a fim de verificar se as informações constantes nos RAs estão presentes nos BSs, no intuito de alcançar o objetivo específico (e).

4.1 Exame do Conteúdo dos Indicadores de RS evidenciados nos Relatórios da Administração e Balanços Sociais

Neste item é desenvolvido o objetivo específico (a), por meio das matrizes expostas nos Quadros 8 e 9, as quais apresentam a evidenciação (ou não) dos indicadores de RS nos RAs e BSs.

4.1.1 Exame de conteúdo nos Relatórios da Administração

O exame do conteúdo dos Relatórios da Administração, que consiste na leitura e interpretação das mensagens divulgadas pelas empresas, no caso deste estudo práticas no âmbito social e ambiental, a fim de identificar os indicadores de RS. Esse exame resultou no Quadro 8 disposto abaixo.

Exame do Conteúdo dos Relatórios da Administração													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Total	%
1 Valores, Transparência e Governança													
Auto-Regulação e Conduta													
Compromissos Éticos	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	9	3,38
Enraizamento na Cultura Organizacional	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	8	3,01
Governança Corporativa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	4,13
Relações Transparentes com a Sociedade													
Diálogo com Partes Interessadas (<i>Stakeholders</i>)	1	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	8	3,01
Relação com a Concorrência	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	8	3,01
Balanço Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Total	5	2	5	2	5	4	5	1	5	4	5	44	16,54
2 Público Interno													
Diálogo e Participação													
Relação com os Sindicatos	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	5	1,88
Relação com Trabalhadores Terceirizados	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0,75
Gestão Participativa	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	9	3,38
Respeito ao Indivíduo													
Compromisso com o Futuro das Crianças	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	9	3,38
Compromisso com o Desenvolvimento Infantil	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	5	1,88
Valorização da Diversidade	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	4	1,50
Compromisso com Equidade Racial	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	4	1,50
Compromisso com a Equidade de Gênero	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	3	1,13
Trabalho Decente													
Política de Remuneração, Benefícios e Carreiras	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	10	3,76
Cuidado com a Saúde, Segurança e Condições de	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	9	3,38

Total	3	2	3	1	3	3	1	2	2	2	3	25	9,39
6 Comunidade													
Relações com a Comunidade Local													
Gerenciamento do Impacto da Empresa à Comunidade de Entorno	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	6	2,25
Relação com Organizações Locais	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	10	3,76
Ação Social													
Financiamento da Ação Social	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	5	1,88
Envolvimento com a Ação Social	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	4,13
Total	4	3	3	1	1	4	3	3	1	3	4	32	12,02
7 Governo e Sociedade													
Transparência Política													
Contribuições para Campanhas Políticas	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	3	1,13
Construção da Cidadania	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	9	3,38
Práticas Anticorrupção e Antipropina	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	4	1,50
Liderança Social													
Liderança e Influência Social	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	9	3,38
Participação em Projetos Sociais Governamentais	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	7	2,63
Total	4	0	3	2	2	5	4	3	1	3	5	32	12,02
Total	32	13	29	19	29	29	20	19	17	22	37	266	100,00

Quadro 8 – Matriz de exame do conteúdo dos Relatórios da Administração

Fonte: Dados da Pesquisa.

Os dados do Quadro 8 demonstram que seis dos indicadores em análise foram evidenciados por todas as empresas da amostra, o que corresponde a aproximadamente 16% dos indicadores. Estes indicadores foram:

- ◆ Governança Corporativa (Valores, Transparência e Governança).
- ◆ Comprometimento com Desenvolvimento Profissional e Empregabilidade (Público Interno).
- ◆ Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida dos Bens e Serviços (Meio Ambiente).
- ◆ Comprometimento da Empresa com a Causa Ambiental (Meio Ambiente).
- ◆ Conhecimento e Gerenciamento dos Produtos e Serviços Ofertados (Consumidores/Clientes).

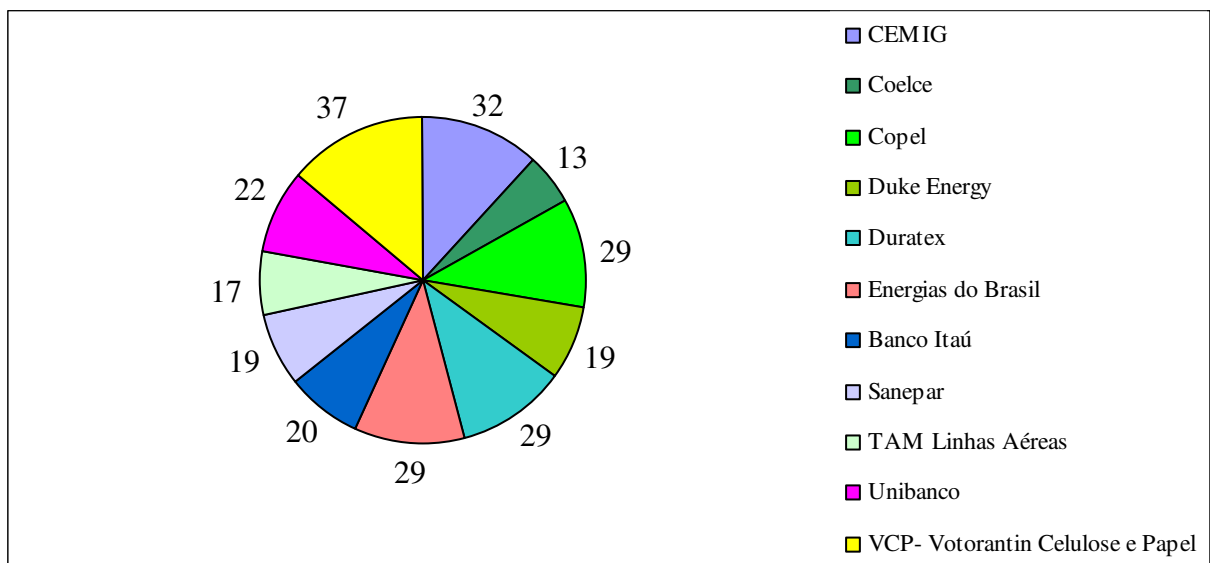
◆ **Envolvimento com a Ação Social (Comunidade).**

Nesse sentido, observa-se que mais de 30% dos indicadores evidenciados por todas as empresas pertencem ao tema Meio Ambiente, o que demonstra a preocupação delas em divulgar suas ações ambientais aos seus usuários.

O tema que se destacou nas evidenciações foi o Público Interno com 79 evidenciações, o que corresponde a 29,68% do total. Destacaram-se os indicadores “Comprometimento com o Desenvolvimento Profissional e Empregabilidade” (11), “Política de Remuneração, Benefícios e Carreiras” (10), “Gestão Participativa” (9), “Compromisso com o Futuro das Crianças” (9) e “Cuidado com a Saúde, Segurança e Condições de Trabalho” também com 9 evidenciações.

Foram 266 evidenciações feitas pelas empresas nos seus RAs. No Gráfico 1, está demonstrada, em número de evidenciação por empresa e em termos percentuais, a participação de cada empresa na composição deste número.

Gráfico 1: Evidenciação dos Indicadores de RS nos RAs



Fonte: Dados da Pesquisa

Votorantin Celulose e Papel, conforme demonstra o Gráfico 1, a qual apresentou 37 evidenciações, que corresponde a 14% do total das evidenciações da amostra. Ressalte-se a evidenciação feita pela VCP – Votorantin Celulose e Papel atingiu aproximadamente 95% do total de indicadores analisados.

Destaca-se que, em segundo lugar, vem a CEMIG, a qual evidenciou 32 indicadores e que representa 12% da totalidade. Demonstrou todos os indicadores de Meio Ambiente, de Consumidores/Clientes, e de Comunidade.

O indicador “Balço Social” não foi evidenciado por nenhuma empresa. Na análise, buscou-se alguma informação quanto à execução de Auditoria Contábil (ou não) nessa demonstração contábil. Também o indicador “Comprometimento Frente a Demissões” não foi mencionada por nenhuma das empresas. Nesse caso, foi levado em consideração atitudes das empresas no auxílio a recolocação dos profissionais demitidos.

4.1.2 Exame de conteúdo nos Balanços Sociais

Da análise feita no conteúdo dos Balanços Sociais das empresas, resultou nos dados apresentados no Quadro 9, dispostos abaixo.

Exame do Conteúdo dos Balanços Sociais													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Total	%
1 Valores, Transparência e Governança													
Auto-Regulação e Conduta													
Compromissos Éticos	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	10	5,88
Enraizamento na Cultura Organizacional	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Governança Corporativa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Relações Transparentes com a Sociedade													
Diálogo com Partes Interessadas (<i>Stakeholders</i>)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Relação com a Concorrência	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Balço Social	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0,59
Total	1	1	1	1	2	1	1	0	1	1	1	11	6,47
2 Público Interno													
Diálogo e Participação													
Relação com os Sindicatos	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	10	5,88
Relação com Trabalhadores Terceirizados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Gestão Participativa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Respeito ao Indivíduo													
Compromisso com o Futuro das Crianças	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	6,47
Compromisso com o Desenvolvimento Infantil	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	9	5,30
Valorização da Diversidade	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	6,47
Compromisso com Equidade Racial	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	10	5,88
Compromisso com a Equidade de Gênero	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Trabalho Decente													
Política de Remuneração, Benefícios e Carreiras	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	6,47
Cuidado com a Saúde,	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	6,47

Segurança e Condições de Trabalho													
Comprometimento com Desenvolvimento Profissional e Empregabilidade	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	10	5,88
Comprometimento Frente a Demissões	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Preparo para Aposentadoria	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	6,47
Total	9	9	9	9	7	9	9	6	9	9	9	94	55,29
3 Meio Ambiente													
Gerenciamento do Impacto Ambiental													
Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida dos Bens e Serviços	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	4	2,35
Minimização de Entradas e Saídas de Materiais	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	10	5,88
Responsabilidade frente às Gerações Futuras													
Comprometimento com a Melhoria da Qualidade Ambiental	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	6,47
Educação e Conscientização Ambiental	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	5	2,95
Total	3	4	3	3	2	2	2	3	4	2	2	30	17,65
4 Fornecedores													
Seleção, Avaliação e Parceria com Fornecedores													
Crítérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	10	5,88
Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Trabalho Forçado na Cadeia Produtiva	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Total	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	10	5,88
5 Consumidores/Clientes													
Dimensão Social do Consumo													
Política de Comunicação Comercial	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0,59
Excelência no Atendimento	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	1,18
Conhecimento e Gerenciamento dos Produtos e Serviços Ofertados	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0,59
Total	0	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0	4	2,36
6 Comunidade													
Relações com a Comunidade Local													
Gerenciamento do Impacto da Empresa à Comunidade de Entorno	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0,59

Relação com Organizações Locais	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	8	4,70
Ação Social													
Financiamento da Ação Social	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Envolvimento com a Ação Social	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	9	5,29
Total	2	2	2	1	0	1	2	1	3	2	2	18	10,58
7 Governo e Sociedade													
Transparência Política													
Contribuições para Campanhas Políticas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Construção da Cidadania	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Práticas Anticorrupção e Antipropina	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Liderança Social													
Liderança e Influência Social	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0,59
Participação em Projetos Sociais Governamentais	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	2	1,18
Total	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	3	1,77
Total	16	17	17	15	12	14	15	13	21	15	15	170	100

Quadro 9 – Matriz de exame do conteúdo Balanços Sociais

Fonte: Dados da Pesquisa.

Os dados do Quadro 9 demonstram que foram evidenciados por todas as empresas da amostra os seguintes indicadores:

- ◆ Compromisso com o Futuro das Crianças (Público Interno).
- ◆ Valorização da Diversidade (Público Interno).
- ◆ Política de Remuneração, Benefícios e Carreiras (Público Interno).
- ◆ Cuidados com a Saúde, Segurança e Condições de Trabalho (Público Interno).
- ◆ Preparo para Aposentadoria (Público Interno).
- ◆ Comprometimento com a Melhoria da Qualidade Ambiental (Meio Ambiente).

Verifica-se que, coincidentemente, 6 é o número de indicadores evidenciados por todas as empresas nos RAs e BSs, porém são indicadores diferentes. Nos RAs, esse número ficou pulverizado em seis temas, já nos BSs se verifica a concentração em dois temas, sendo 5 indicadores pertencentes ao Público Interno e 1 ao Meio Ambiente, ou seja, aproximadamente 84% da evidenciação ocorrida por todas as empresas no BS pertencem ao Público Interno.

O tema mais representativo demonstrado nos BSs foi o Público Interno (55,29%) com 94 evidenciações. Dentre estas, os indicadores “Compromisso com o Futuro das Crianças”, “Valorização da Diversidade”, “Política de Remuneração, Benefícios e Carreiras”, “Cuidados com a Saúde, Segurança e Condições de Trabalho” e “Preparo para Aposentadoria”, foram

evidenciados 11 vezes, ou seja, por todas as empresas. Salienta-se que isso pode ter sido provocado pela estrutura do BS utilizada pelas empresas, a qual “privilegia” estes indicadores, já que praticamente 90% das empresas da amostra adotam o mesmo modelo de BS.

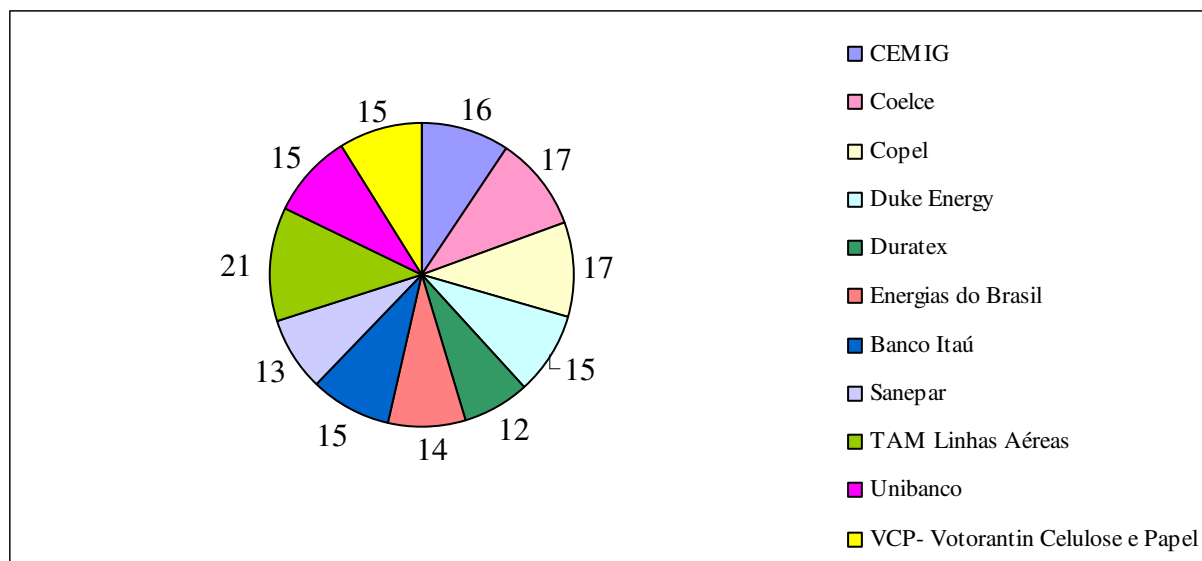
Observa-se que não receberam nenhuma evidenciação os seguintes indicadores:

- ◆ Enraizamento na cultura organizacional.
- ◆ Governança corporativa.
- ◆ Diálogo com partes interessadas (*stakeholders*).
- ◆ Relação com a concorrência.
- ◆ Relação com Trabalhadores Terceirizados.
- ◆ Gestão Participativa.
- ◆ Compromisso com a Equidade de Gênero.
- ◆ Comprometimento Frente a Demissões.
- ◆ Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva.
- ◆ Trabalho Forçado na Cadeia Produtiva.
- ◆ Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores.
- ◆ Financiamento da Ação Social.
- ◆ Contribuições para Campanhas Políticas.
- ◆ Construção da Cidadania.
- ◆ Práticas Anticorrupção e Antipropina.

Sendo assim, dos 39 indicadores em análise 15 deles não foram evidenciados, ou seja, 38,46% dos indicadores não apareceram nos BSs das empresas. Esse resultado também pode ter sido ocasionado pela utilização da maioria das empresas de um único modelo de BS e de disponibilizarem poucas informações complementares na demonstração.

Foram 170 evidenciações ocorridas nas BSs das empresas. No Gráfico 2, são demonstradas em número de evidenciação por empresa e seus respectivos percentuais de participação na composição deste número.

Gráfico 2: Evidenciação dos Indicadores de RS nos BSs



Fonte: Dados da Pesquisa

A TAM Linhas Aéreas S. A. foi a empresa que mais evidenciou os indicadores de RS no seu BS, num total de 21 evidenciações, o que corresponde a 12% da totalidade, conforme demonstra o Gráfico 2. Dentre essas, destaca-se a evidenciação de todos os indicadores de Meio Ambiente.

As empresas Coelce e Copel ficaram em segundo lugar e evidenciaram 17 indicadores cada o que resulta em 10% de participação na totalidade das evidenciações.

Verifica-se que o número de evidenciações nos BSs se reduziu em 36% em comparação com as evidenciações nos RAs. Isso se justifica pela razão de os Relatórios da Administração terem sido apresentados pelas empresas com maior grau de detalhamento, enquanto que os BSs foram apresentados na maioria das empresas de forma sintética, o que prejudicou a contemplação de mais indicadores. Ressalta-se que a TAM Linhas Aéreas S. A. apresentou seu BS detalhado o que ajudou a alcançar o primeiro lugar.

4.2 Investigação dos Tipos de Evidenciação dos Indicadores de Responsabilidade Social divulgados nos RAs e BSs

Nesse item, foi alcançado o objetivo específico (d), por meio da investigação dos tipos de evidenciação feita pelas empresas nos seus RAs e BSs. O resultado dessa investigação é apresentado nos Quadros 10 e 11.

4.2.1 Investigação dos Tipos de Evidenciação dos Indicadores de RS nos RAs

Nessa parte da análise, foi feita a busca dos tipos de evidenciação dos Indicadores de RS nos RAs das empresas, a fim de averiguar de que forma elas estão evidenciando essas informações aos seus usuários.

No Quadro 10, exposto abaixo, está apresentada a matriz dos tipos de evidenciação encontrados nos RAs das empresas.

Tipos de Evidenciação dos Indicadores de RS nos RAs														
	Tipo de evidenciação	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Total	%
Valores, Transparência e Governança														
Auto-Regulação da Conduta	1	3	1	3	2	3	3	3	1	3	3	3	28	15,30
	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Relações Transparentes com a Sociedade														
Relações Transparentes com a Sociedade	1	2	1	2	1	2	1	2	0	2	1	2	16	8,74
	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Público Interno														
Diálogo e Participação	1	3	0	2	1	0	1	1	1	1	1	3	14	7,65
	2	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2	6,10
	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Respeito ao Indivíduo														
Respeito ao Indivíduo	1	1	0	2	0	3	1	0	1	0	1	1	10	5,46
	2	1	0	1	1	1	1	0	1	2	1	3	12	36,36
	3	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	3	11,11
	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Trabalho Decente														
Trabalho Decente	1	2	1	3	2	1	1	1	0	2	3	0	16	8,74
	2	2	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	6	18,18
	3	0	2	1	1	2	2	0	1	0	0	1	10	37,04
	4	0	0	0	0	1	1	0	2	0	0	2	6	27,27
Meio Ambiente														
Gerenciamento do Impacto Ambiental	1	2	1	1	2	1	2	0	0	1	1	0	11	6,01
	2	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	4	12,12
	3	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	3,70
	4	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	3	13,64

Responsabilidade frente às Gerações Futuras	1	1	0	1	2	0	1	1	0	0	2	0	8	4,37
	2	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	3	9,09
	3	0	2	0	0	2	0	1	0	0	0	0	5	18,52
	4	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	2	5	22,73
Fornecedores														
Seleção, Avaliação e Parceria com Fornecedores	1	3	0	2	1	2	1	1	0	0	0	3	13	7,10
	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	4,54
Consumidores/Clientes														
Dimensão Social do Consumo	1	3	1	3	1	3	3	1	2	2	2	3	24	13,11
	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3,70
	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Comunidade														
Relações com a Comunidade Local	1	1	2	1	1	1	1	0	2	0	0	2	11	6,01
	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	6,06
	3	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	7,41
	4	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	4,54
Ação Social														
Ação Social	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	8	4,37
	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	6,06
	3	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	7,41
	4	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	4	18,18
Governo e Sociedade														
Transparência Política	1	2	0	0	1	0	2	3	1	1	1	3	14	7,65
	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	3	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	7,41
	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Liderança Social														
Liderança Social	1	1	0	2	1	1	1	1	0	0	1	2	10	5,46
	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2	1,09
	3	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2	7,41
	4	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	9,09
Total														
Total	1	25	8	23	16	17	19	15	8	12	17	23	183	68,80
	2	5	0	3	2	4	1	1	4	3	5	5	33	12,40
	3	0	5	3	1	7	5	2	2	0	0	3	28	10,53
	4	2	0	0	0	1	4	2	5	2	0	6	22	8,27
		32	13	29	19	29	29	20	19	17	22	37	266	100,00

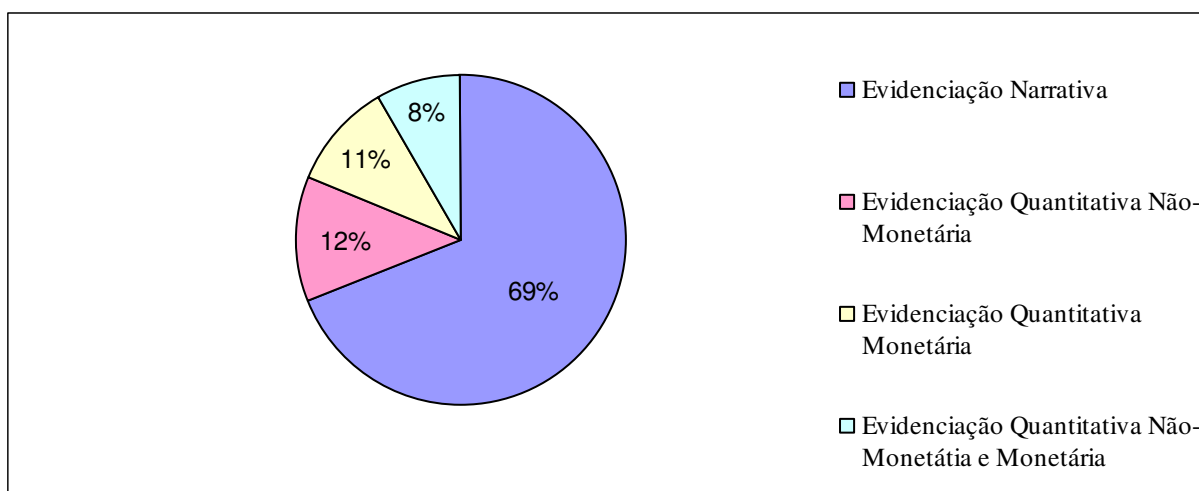
Quadro 10: Matriz da Investigação dos Tipos de Evidenciação dos Indicadores de RS nos RAs
Fonte: Dados da Pesquisa.

O Quadro 10 demonstra que as empresa estão evidenciando sua Responsabilidade Social, predominantemente, na forma narrativa (tipo 1). Os indicadores do tema Valores,

Transparência e Governança foram evidenciados exclusivamente na forma narrativa pelas empresas, o que representa 24,04% do total das evidenciações narrativas.

Do total de 266 evidenciações, 183 foram de maneira narrativa, isso corresponde a aproximadamente 69% do total. No Gráfico 3, está disposta a representação, em termos percentuais arredondados para cima, de cada Tipo de Evidenciação constatada nos RAs das empresas analisadas.

Gráfico 3: Tipos de Evidenciação dos Indicadores de RS nos RAs



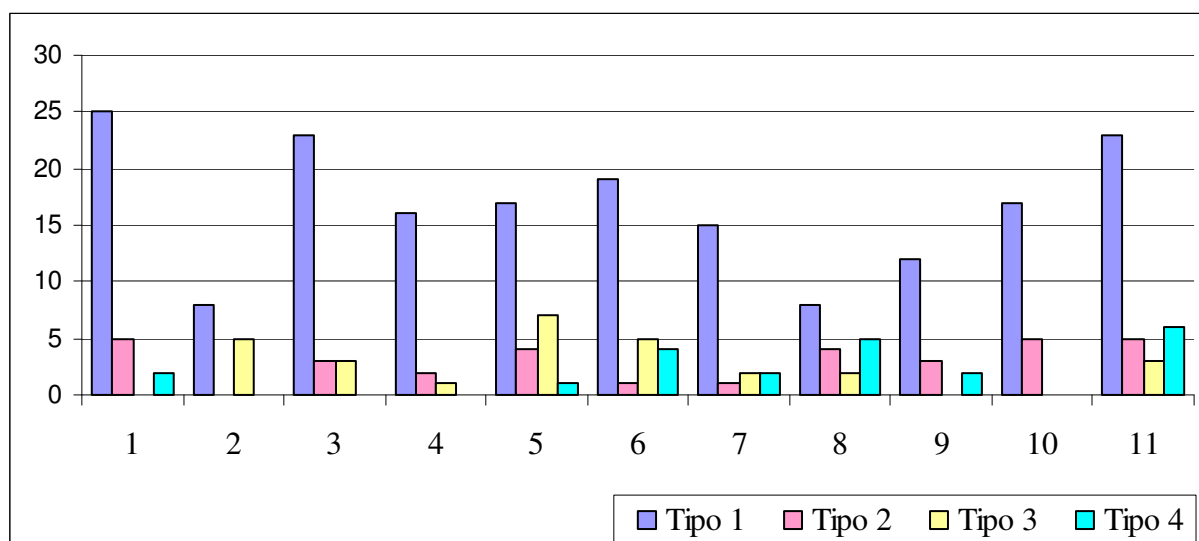
Fonte: Dados da Pesquisa

Os tipos 2 e 3 estão presentes, respectivamente, na proporção 12% e 13% em relação ao total das evidenciações. Já o tipo 4 apareceu em 8% dos indicadores evidenciados.

Nesse sentido, esse resultado já era de se esperar em virtude de o RA ter a característica narrativa, porém isso não impede a divulgação dos indicadores, por meio dos RA, dos demais tipos de evidenciação em questão.

No intuito de facilitar a visualização dos Tipos de Evidenciação por Empresa Investigada, demonstra-se, no Gráfico 4, o resultado dessa investigação. No eixo horizontal do Gráfico, estão as empresas analisadas, e, no eixo vertical, o número de evidenciação de tais empresas.

Gráfico 4: Tipos de Evidenciação nos RAs por Empresa Investigada



Fonte: Dados da Pesquisa.

Num parâmetro geral, pode-se perceber a predominância da evidenciação do tipo 1 nas empresas analisadas. A CEMIG (empresa 1) se destaca por demonstrar o maior número de indicadores desse tipo; a Copel (empresa 3) e a VCP-Votorantin Celulose e Papel (empresa 11) ficam em segundo lugar nesse tipo de evidenciação, as quais demonstraram 23 indicadores na forma narrativa.

A Duratex (empresa 5) se destaca por evidenciar mais indicadores do tipo 3 – forma quantitativa monetária – que as outras empresas analisadas. Esse tipo de evidenciação representou 24,14% do total de sua evidenciação no RA. Já a CEMIG, a TAM (empresa 9) e o Unibanco (empresa 10) não evidenciaram o tipo 3. E a Coelce, a Copel, a Duke Energy e o Unibanco, que são, respectivamente, as empresas 2, 3, 4 e 10, no Gráfico 4, não evidenciaram o tipo 4 em seus RAs.

Destaca-se ainda que a Duratex (5), Energias do Brasil (6), Itaú (7), Sanepar (8) e Votorantin Celulose e Papel (11) apresentaram os 4 tipos de evidenciação.

4.2.2 Investigação dos Tipos de Evidenciação nos Balanços Sociais

Neste subitem da investigação, foi feita a busca dos Tipos de Evidenciação dos Indicadores nos BS das empresas. A finalidade é identificar a forma da evidenciação das informações no âmbito social e ambiental que as empresas estão disponibilizando aos usuários de tais informações.

No Quadro 11, exposto abaixo, está apresentada a Matriz com os Tipos de Evidenciação encontrados nos BS's das empresas.

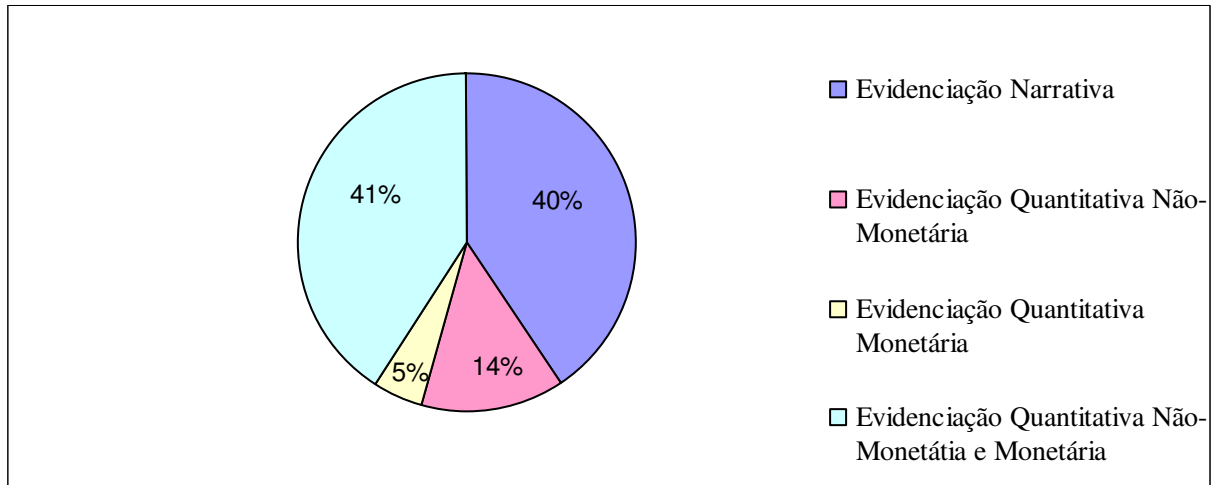
Consumidores/Clientes														
Dimensão Social do Consumo	1	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	3	1,76
	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0,59
	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Comunidade														
Relações com a Comunidade Local	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0,59
	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	3	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0,59
	4	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	7	4,12
Ação Social	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	9	5,29
	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Governo e Sociedade														
Transparência Política	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Liderança Social	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	3	1,76
	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,00
Total	1	7	6	7	6	6	6	6	3	10	6	6	69	40,59
	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	23	13,53
	3	0	0	1	0	0	0	0	7	0	0	0	8	4,70
	4	7	9	7	7	4	6	7	0	9	7	7	70	41,18
Total		16	17	17	15	12	14	15	13	21	15	15	170	100,00

Quadro 11: Matriz da investigação dos Tipos de Evidenciação dos indicadores de RS nos BSs
Fonte: Dados da Pesquisa.

O Quadro 11 demonstra que as empresas estão evidenciando sua Responsabilidade Social nos BSs, predominantemente nos tipos 1 e 4. Os indicadores do tema Valores, Transparência e Governança foram evidenciados exclusivamente na forma narrativa pelas empresas.

Do total de 170 evidenciações, 69 delas foram de maneira Narrativa, 23 Quantitativa Não-Monetária, 8 Quantitativa Monetária e 70 Quantitativa Não-Monetária e Monetária. No Gráfico 4, está disposta a representação, em termos percentuais arredondados para cima, de cada Tipo de Evidenciação constatada nos BSs das empresas analisadas.

Gráfico 4: Tipos de Evidenciação dos Indicadores de RS nos BSs

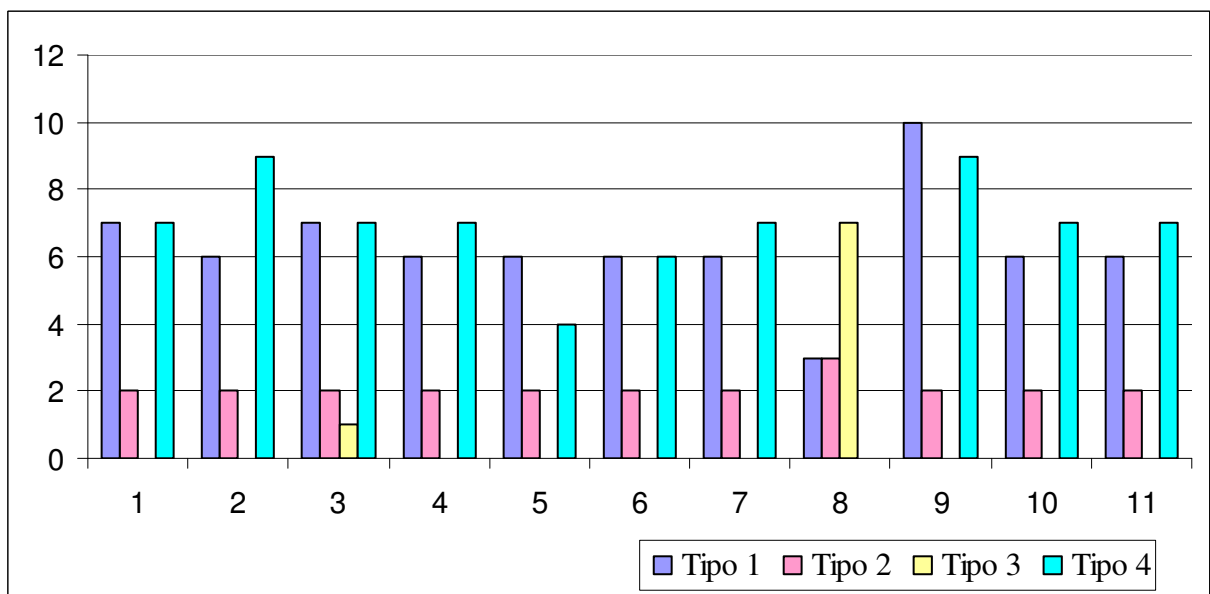


Fonte: Dados da Pesquisa.

Os tipos 2 e 3 estão presentes, numa proporção 14% e 5%, respectivamente, em relação ao total das evidenciações, o que demonstra a predominância dos tipos 1 e 4 nos BSs.

No intuito de facilitar a visualização dos Tipos de Evidenciação nos BSs pelas Empresas Investigadas, o Gráfico 5 demonstra o resultado dessa investigação. No eixo horizontal do Gráfico, estão as empresas analisadas, e, no eixo vertical, o número de evidenciação de tais empresas.

Gráfico 5: Tipos de Evidenciação nos BSs por Empresa Investigada



Fonte: Dados da Pesquisa

Apenas a Copel (empresa 3) e a Sanepar (empresa 8) evidenciaram indicadores na forma Quantitativa Monetária (tipo 3) nos seus BSs.

A Sanepar foi a única empresa que não evidenciou o tipo 4 no seu BS. E somente ela evidenciou suas ações sociais e ambientais com um modelo próprio de BS.

Observa-se que, com exceção da Sanepar, as empresas apresentaram igualdade no número de evidenciação do tipo 2 nos seus BSs. A Sanepar (empresa 8) evidenciou mais do tipo 2 que as demais empresas, igualando o número de evidenciação dos tipos 1 e 2, e também foi ela que mais evidenciou suas práticas de RS na forma Quantitativa Monetária (tipo 3).

4.3 Cotejamento das Informações Encontradas nos Relatórios da Administração e Balanços Sociais

Uma das razões que as empresas buscam divulgar suas práticas Sociais e Ambientais é pela exigência da sociedade em valorizar as empresas que demonstram ser responsáveis em suas ações. Assim, as empresas divulgam suas práticas por diversos relatórios e demonstrações, dentre eles, no Relatório da Administração e o Balanço Social, como meio de demonstrar transparência e comprometimento com seus *stakeholders*.

Nesse sentido, busca-se verificar, por meio de um cotejamento das informações encontradas nos RAs e BSs das empresas analisadas, a presença dos indicadores de Responsabilidade Social – no âmbito Social e Ambiental – nessas duas fontes de dados.

No Quadro 12, exposto abaixo, está o cotejo dos Indicadores evidenciados nos RAs e BSs. Assim, os indicadores evidenciados tanto nos RAs quanto nos BSs estão sinalizados na cor “rosa-claro”, os que apareceram somente nos RAs, na cor “amarela”, e os que apareceram somente nos BSs, estão demonstrados na cor “azul”.

Cotejamento dos Indicadores Evidenciados pelas Empresas Pesquisadas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Evidenciação			
Valores, Transparência e Governança															
Auto-Regulação e Conduta													RA	BS	Ambos
Compromissos Éticos													0	1	9
Enraizamento na Cultura Organizacional													8	0	0
Governança Corporativa													11	0	0
Relações Transparentes com a Sociedade															
Diálogo com Partes Interessadas (<i>Stakeholders</i>)													8	0	0
Relação com a Concorrência													8	0	0
Balanço Social													0	1	0
Total													35	2	9

Critérios de Seleção e Avaliação de Fornecedores													0	3	7
Trabalho Infantil na Cadeia Produtiva													3	0	0
Trabalho Forçado na Cadeia Produtiva													2	0	0
Apoio ao Desenvolvimento de Fornecedores													2	0	0
Total													7	3	7
Consumidores/Clientes															
Dimensão Social do Consumo															
Política de Comunicação Comercial													5	1	0
Excelência no Atendimento													7	0	2
Conhecimento e Gerenciamento dos Produtos e Serviços Ofertados													10	0	1
Total													22	1	3
Comunidade															
Relações com a Comunidade Local															
Gerenciamento do Impacto da Empresa à Comunidade de Entorno													6	1	0
Relação com Organizações Locais													3	1	7
Ação Social															
Financiamento da Ação Social													5	0	0
Envolvimento com a Ação Social													2	0	9
Total													16	2	16
Governo e Sociedade															
Transparência Política															
Contribuições para Campanhas Políticas													3	0	0
Construção da Cidadania													9	0	0
Práticas Anticorrupção e Antipropina													4	0	0
Liderança Social															
Liderança e Influência Social													7	3	0
Participação em Projetos Sociais Governamentais													6	1	1
Total													29	4	1
Total													139	47	125

Quadro 12– Matriz de Cotejamento dos Indicadores Evidenciados pelas Empresas

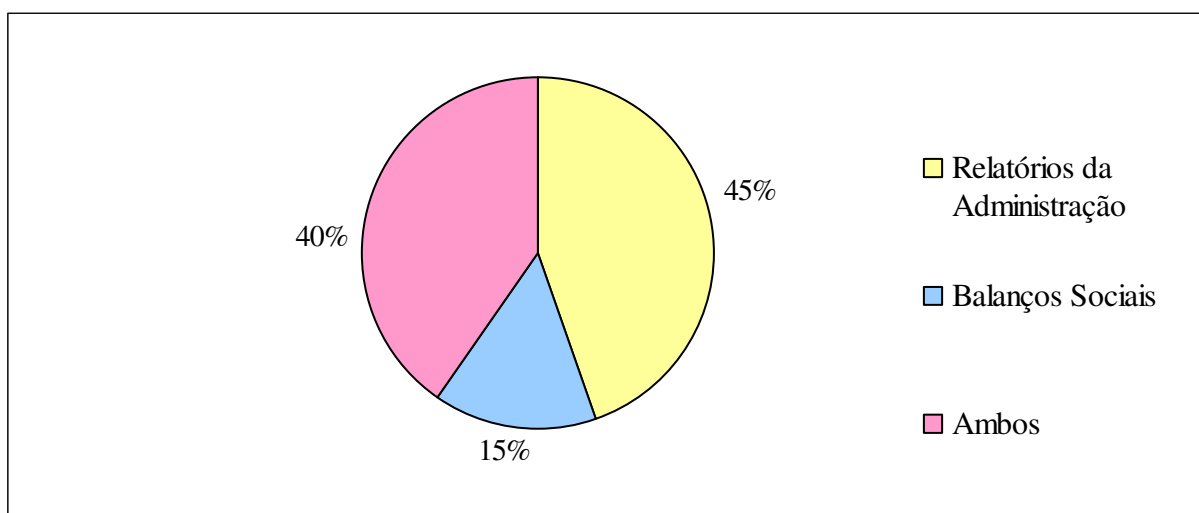
Fonte: Dados da Pesquisa.

Pode-se observar no Quadro 12 que somente o indicador “Comprometimento com a Melhoria da Qualidade Ambiental” foi evidenciado tanto nos RAs quanto nos BSs das empresas estudadas. Assim, fica demonstrado que todas as empresas da amostra tentam demonstrar suas ações voltadas à Questão Ambiental nos dois documentos analisados.

Observa-se também que o indicador “Governança Corporativa” foi evidenciado somente nos RAs por todas as empresas, o que demonstra a limitação de informações nos BSs.

No Gráfico 5, é demonstrado, em termos percentuais, o resultado do cotejamento dos indicadores. Observa-se que, de todos os indicadores evidenciados, 45% deles apareceram somente nos RAs, 15% exclusivamente nos BSs, e 40% foram divulgados em ambos os documentos analisados.

Gráfico 5: Percentual dos Indicadores Evidenciados nos RAs, nos BSs, e em Ambos



Fonte: Dados da Pesquisa

Observou-se que a evidenciação por meio do Relatório da Administração fica favorecida em comparação com o Balanço Social, já que o RA tem por finalidade informar detalhadamente todas as ações da empresa aos seus usuários e o BS foi publicado pelas empresas da amostra de forma mais resumida, com poucos detalhamentos.

Para facilitar a visualização do cotejamento dos indicadores, o Quadro 13 demonstra onde (RA, BS ou Ambos) foram feitas as evidenciações pelas empresas.

RESUMO DO COTEJAMENTO DOS INDICADORES DE RS							
Empresa	RA	%	BS	%	Ambos	%	Total
CEMIG	18	52,94	2	5,88	14	41,18	34
Coelce	5	22,73	9	40,90	8	36,36	22
Copel	13	43,33	1	3,33	16	53,33	30
Duke Energy	8	34,78	4	17,39	11	47,83	23
Duratex	18	60,00	1	3,33	11	36,67	30
Energias do Brasil	17	54,84	2	6,45	12	38,71	31
Itaú	13	46,43	8	28,57	7	25,00	28
Sanepar	8	38,10	2	9,52	11	52,38	21
TAM Linhas Aéreas S. A.	7	25,00	11	39,28	10	35,71	28
Unibanco	11	40,74	6	22,22	10	37,04	27
VCP – Votorantin Celulose e Papel	21	56,76	1	2,70	15	40,54	37
Total	139		47		125		311

Quadro 13: Resumo do Cotejamento dos Indicadores de RS

Fonte: Dados da Pesquisa.

Fica demonstrado, no Quadro 13, que a CEMIG, a Duratex, a Energias do Brasil e a Votorantin Celulose e Papel publicaram mais da metade de suas práticas somente nos seus RAs.

O Itaú foi a empresa que apresentou o menor percentual de evidenciações em ambos os relatórios (7 evidenciações), o que limita o alcance do conhecimento de todas as suas ações de RS aos seus usuários.

Já a Coelce e a TAM evidenciaram suas práticas de RS, predominantemente, nos BSs.

No entanto, a Copel e a Sanepar evidenciaram mais de 50% de suas Ações Sociais e Ambientais por meio de ambos os documentos, o que expande a possibilidade de alcance das informações aos seus *stakeholders*.

Diante do resultado encontrado na pesquisa, conclui-se que o Relatório da Administração, assim como o Balanço Social, um serve de complemento do outro, bem como Ambos das demonstrações contábeis, pois cada relatório focaliza certas informações que, na análise conjunta (relatórios e demonstrações), proporciona um maior número de informações úteis aos diferentes usuários.

5 CONCLUSÕES E SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS

Neste capítulo, são apresentadas as considerações quanto à problemática, quanto ao alcance dos objetivos e, por fim, à opinião da pesquisadora.

5.1 Quanto à Problemática

Ficou subentendido por meio dos RAs e BSs, que as empresas, na sua maioria, estão considerando a Responsabilidade Social como imprescindível para almejar um diferencial no mercado. Elas levam em consideração as exigências dos investidores, funcionários e a sociedade em geral, demonstrando a preocupação em realizar ações que visam ao bem estar social e ao respeito e cuidado ao Meio Ambiente.

O problema desta pesquisa se resume na seguinte pergunta: “Como as empresas listadas no programa “Em Boa Companhia” da Bovespa estão evidenciando as informações no âmbito da Responsabilidade Social?”.

Mediante as informações coletadas durante a pesquisa, observou-se que, das 41 empresas listadas no programa “Em Boa Companhia” da Bovespa, apenas 11 delas divulgaram seus RAs e BSs até a data limite da pesquisa. As que divulgaram, demonstram preocupação e comprometimento com seus *stakeholders* em divulgar suas ações econômicas, sociais e ambientais por meio de Relatórios da Administração/Sustentabilidade e Balanços Sociais. A maioria delas adota as diretrizes do modelo GRI na elaboração do Relatório de Sustentabilidade, o que pode melhorar a qualidade das informações e proporcionar comparação entre as empresas.

5.2 Quanto aos Objetivos

O Objetivo Geral é “analisar como as empresas listadas no programa “Em Boa Companhia” da Bovespa tentam demonstrar as informações sobre as suas Responsabilidades Sociais, segundo os Indicadores do Instituto Ethos”. O resultado alcançado por esta pesquisa é que as empresas da amostra tentam evidenciar suas RSs de forma predominantemente narrativa nos seus RAs. Já nos BSs, 41% das evidenciações foram de forma Quantitativa Não-Monetária e Monetária, e 40%, na forma Narrativa.

O Objetivo Específico (a) foi alcançado por meio dos dados apresentados no Quadro 8 – Matriz de exame do conteúdo dos Relatórios da Administração, e no Quadro 9 – Matriz de exame do conteúdo Balanços Sociais, por meio da busca dos indicadores de RS nos RAs e BSs das empresas da amostra, pela análise do conteúdo.

Os indicadores mais evidenciados nos RA no âmbito Social foram “Governança Corporativa”, “Comprometimento com Desenvolvimento Profissional e Empregabilidade”, “Conhecimento e Gerenciamento dos Produtos e Serviços Ofertados” e “Envolvimento com a Ação Social”. Já no âmbito Ambiental foram “Gerenciamento do Impacto no Meio Ambiente e do Ciclo de Vida dos Bens e Serviços” e “Comprometimento com a Melhoria da Qualidade Ambiental”.

Já nos BS os mais evidenciados na questão Social foram “Compromisso com o Futuro das Crianças”, “Valorização da Diversidade”, “Política de Remuneração, Benefícios e Carreiras” “Cuidados com a Saúde, Segurança e Condições de Trabalho” e “Preparo para Aposentadoria”. E na questão Ambiental foi o “Comprometimento com a Melhoria da Qualidade Ambiental”, alcançando-se assim o Objetivo Específico (b).

Obteu-se o Objetivo Específico (c) com a constatação que a empresa que mais evidenciou os indicadores de RS no seu RA foi a VCP – Votorantin Celulose e Papel, a qual apresentou 37 evidenciações; e no BS a TAM Linhas Aéreas S. A., na qual foram encontradas 21 evidenciações.

Foi feita ainda a investigação dos Tipos de Evidenciação dos Indicadores de Responsabilidade Social divulgados nos RAs e BSs das empresas, na qual foi detectado que elas evidenciaram os quatro tipos estipulados, sendo que nos RAs a forma Narrativa foi a forma predominante. Já nos BSs a Evidenciação Quantitativa Não-Monetária e Monetária foi o tipo mais demonstrado.

O quinto e último Objetivo Específico também foi alcançado como demonstram os dados do Quadro 12 – Matriz de Cotejamento dos Indicadores Evidenciados pelas Empresas Pesquisadas. Ficou identificado que 40% dos indicadores evidenciados são demonstrados tanto nos Relatórios da Administração quanto nos Balanços Sociais.

Os RAs e BSs, os quais trazem as informações de RS, das empresas analisadas, não passaram por uma Auditoria e, por isso, são subjetivos, e a veracidade das informações depende da confiança dos investidores, fornecedores, parceiros, consumidores e comunidade (*stakeholders*) adquirida por cada empresa.

Nesse sentido, a informação contábil tem relevante importância principalmente no mercado de capitais, em que os investidores utilizam dados contábeis para avaliar as companhias e decidir se investem nelas ou não. Assim, a Contabilidade enfrenta importantes desafios no sentido de fornecer informações que satisfaçam as necessidades dos diversos

usuários, pois eles precisam de segurança e confiabilidade nas informações para as suas tomadas de decisões.

5.3 Opinião da Pesquisadora

Frente aos novos desafios impostos pelos consumidores, por pressão de grupos organizados da sociedade e por legislações e regras comerciais que demandam, por exemplo, proteção ambiental, produtos mais seguros e menos nocivos à natureza e o cumprimento de normas éticas e trabalhistas, as empresas devem aderir a essa nova era para que tenham continuidade.

O que surpreendeu a pesquisadora foi que, das 41 empresas listadas no programa da Bovespa, apenas 11 fizeram parte da pesquisa. Esperava-se que a maioria delas fosse analisada, já que todas são de capital aberto, têm suas ações negociadas na Bolsa de Valores, e, conseqüentemente, são pressionadas a disponibilizarem informações de qualidade, úteis aos seus usuários, até mesmo por meio de seus *sites* eletrônicos. Ficou constatado que as empresas Cataguazes-Leopoldina, CCR Rodovias e Ultrapar Participações não tinham *site* eletrônico até a data limite da pesquisa. A ALL Logística possuía *site*, porém inacessível. Diante disso, conclui-se que essas empresas não estão preocupadas em evidenciar qualquer informação pelo *site*, desprezando assim um excelente meio de comunicação com seus investidores, clientes, fornecedores ou potenciais usuários das informações das empresas.

Outra limitação da pesquisa foi que 12 empresas disponibilizaram seus RAs nos *sites*, porém dispensaram a publicação do BS. Esse dado é relevante, pois a impressão que fica é que para elas basta evidenciar as ações de RS por meio dos RAs, não dando valorização ao Balanço Social como um meio de demonstrar ou frisar melhor suas ações de RS.

Observou-se também, durante a leitura feita nos Relatórios da Administração das empresas, que elas têm a preocupação em divulgar suas práticas no âmbito econômico, social e ambiental de maneira atrativa, com diversos recursos gráficos no intuito chamar a atenção dos usuários e até usar como uma ferramenta de *Marketing*, o que não é repudiado pela pesquisadora, desde que sejam informações fidedignas e úteis aos usuários.

Já na análise dos Balanços Sociais, verificou-se que a maioria das empresas analisadas não usou muitos artifícios para demonstrá-lo, adotando um modelo pré-estabelecido e com pouco detalhamento dos dados, o que dificulta a compreensão e transparência dos dados apresentados. Algumas citam que a demonstração não foi submetida à auditoria, o que pode levar ao descrédito dos dados apresentados.

No entanto, frente à grande concorrência, algumas empresas podem usar de Relatórios não-obrigatórios de auditoria no intuito de levar vantagem. Porém é possível que a qualquer momento venham à tona informações errôneas demonstradas e acabar com a reputação, a marca, a imagem da empresa: estes bens intangíveis “preciosos” às empresas principalmente nesse contexto tão competitivo.

Nesse sentido, acredita-se que não é de interesse e nem saudável às empresas divulgarem informações distorcidas, já que, se os seus usuários buscam informações transparentes, que exprimem a verdade, é a oportunidade de elas demonstrarem credibilidade e assim conquistar a fidelidade.

No momento da coleta dos dados, por meio da leitura feita nos RAs e BSs, a autora notou que as empresas, na corrida por demonstrar que são éticas, transparentes, comprometidas com a causa social e ambiental, além de proporcionarem retorno aos investidores, buscam demonstrar, predominantemente, informações favoráveis às empresas. Um dos casos constatado foi o da TAM frente ao maior acidente aéreo dos últimos tempos acontecido em 17/07/2007, causando a morte de 187 pessoas. A empresa publicou no seu RA e BS somente a seguinte frase: “O crescimento das reclamações, em sua maioria, foi devido à crise de infraestrutura do setor da aviação e também ao próprio processo de crescimento da companhia” (BALANÇO SOCIAL TAM, 2007, p. 12).

Outra prática que merece destaque é a constituição de Instituto por 5 empresas da amostra. Dentre outras ações, são desenvolvidos projetos e estudo da melhor destinação dos recursos, na continuidade de projetos, o que demonstra uma atitude mais concreta no financiamento da ação social, com visão de longo prazo.

Ainda, esta pesquisa sanou as expectativas da autora, pois se observou como as empresas estão divulgando seus Indicadores de RS, no quesito dos tipos de evidenciação, quais os indicadores mais evidenciados e a presença dos indicadores tanto nos RAs quanto nos BSs. Além disso, foi possível a constatação de que as empresas da amostra têm a preocupação em divulgar suas ações de caráter social e ambiental. Isso demonstra que a exigência da sociedade, em geral, rende frutos na busca de desenvolvimento mais sustentável, visando proporcionar às gerações presente e futura melhores condições de vida.

Por fim, a sugestão da autora deste trabalho é que seja dada mais atenção à confecção e divulgação dos Balanços Sociais, no sentido de explicar as ações RSs praticadas também nos BSs, o que pode proporcionar mais segurança, confiabilidade e transparência aos interessados por tais informações, além de buscar submeter tanto os RAs quanto os BSs à Auditoria.

5.4 Sugestões para Futuros Trabalhos

Recomendam-se para futuras pesquisas, baseados no tema Responsabilidade Social Corporativa, os seguintes tópicos:

- ◆ Seguir a mesma linha desta pesquisa, fazendo um comparativo com períodos anteriores, a fim de verificar o comportamento das evidenciações no período analisado.
- ◆ Realizar estudo, por meio de questionário, aplicado à população em geral, para verificar a valorização que é dada às empresas que demonstram ser Responsáveis Socialmente.
- ◆ Fazer um estudo com auxílio de outras áreas acadêmicas no intuito de formular modelos de Balanços Sociais para os mais diferentes setores de atuação das empresas, para que estas possam demonstrar com mais transparência suas ações de Responsabilidade Social.
- ◆ Realizar entrevistas semi-estruturadas aos gestores e comparar com as informações demonstradas nos Relatórios da Administração para verificar a convergência das informações.
- ◆ Realizar estudo por amostragem com os *stakeholders* para constatar o conhecimento destes com relação à atuação das empresas.

REFERÊNCIAS

AQUINO, Wagner de; SANTANA, Antonio Carlos de. **Evidenciação**. *Caderno de Estudos*, São Paulo: FIPECAFI, n. 5, jun. 1992.

ASHLEY, Patrícia Almeida. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BALANÇO SOCIAL CONSOLIDADO CEMIG, 2007. Disponível no Relatório de Sustentabilidade CEMIG, 2007.

BALANÇO SOCIAL TAM, 2007. Disponível em: <<http://www.tam.com.br>>. Acesso em: 06/07/2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BEUREN, Ilse Maria; RAUPP, Fabiano Maury. **Metodologia da pesquisa Aplicável às Ciências Sociais**. In BEUREN, Ilse Maria (Org.). Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade: Teoria e Prática. São Paulo: Atlas, 2003.

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. **Balanco Social e outros Aspectos da Responsabilidade Social Corporativa**. Relato Setorial nº. 2. Elaboração: Cláudia Soares Costa e Caio Britto de Azevedo, março 2000. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/conhecimento/relato/social02.pdf>. Acesso em: 28/07/2008.

BOVESPA - Bolsa de Valores de São Paulo. Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br>>. Acesso em 11 maio 2008.

CARPES, Maria Margareth Mainhardt. **A Responsabilidade Social Como um Fator de Competitividade das Organizações: uma proposta teórico-metodológica para avaliação de desempenho**. 2005. 189f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis/SC.

CARVALHO, Fernando Nitz de; ENSSLIN, Sandra Rolim; IGARASHI, Deisy Cristina Corrêa. **Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual no Contexto Brasileiro: Cotejamento com os Contextos Internacional e Australiano**. In: ENANPAD, 30, 2006, Curitiba. Anais... Salvador: ANPAD, 2006. CD-ROM.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. Disponível em: <<http://www.cfc.org.br>>. Acesso em 7 de jun. 2008.

FIPECAFI - Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras. **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações**: aplicável às demais sociedades. Diretor responsável Sérgio Iudícibus; coordenador técnico Eliseu Martins, supervisor de equipe de trabalho Ernesto Rubens Gelbcke. – 7. Ed. – São Paulo: Atlas, 2007.

FREY, Irineu Afonso. **Sistema de Gerenciamento da Responsabilidade Social Empresarial por meio de indicadores**. 2005. 209f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção da Universidade de Santa Catarina, 2005).

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

GOURLAT, André Moura Cintra. **Evidenciação contábil do risco de mercado por instituições financeiras no Brasil**. 2003. 201 f. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade) – Curso de Pós-Graduação em Controladoria e Contabilidade, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

HENDRIKSEN, Eldon S.; VAN BREDA, Michael F. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

INDICADORES ETHOS DE RESPONSABILIDADE EMPRESARIAL. Disponível em:<http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/indicadores/temas>. Acesso em 07 jun. 2008.

INDICADORES ETHOS. Guia para Elaboração do Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade 2007. Disponível em<http://www.ethos.org.br/docs/conceitos_praticas/guia_relatorio>. Acesso em 07 jun. de 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS – IBASE. Disponível em: <http://www.ibase.org.br>. Acesso em: 15/07/2008

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Introdução à Teoria da Contabilidade: para o nível de graduação**. São Paulo: Atlas, 1999. 286p.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações**. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

KARKOTLI, Gilson Rihan. **Responsabilidade Social: uma estratégia empreendedora**. 2004. 216f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis.

- KARKOTLI, Gilson. **Responsabilidade Social Empresarial**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2006.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de Pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação dos dados**. 6 ed. – São Paulo: Atlas, 2007.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- MARION, José Carlos. Contabilidade Empresarial. 13 ed. São Paulo: Atlas, 2007.
- PINTO, Anacleto Raulino; RIBEIRO, Maisa de Souza. **Balanco Social: Avaliação de Informações fornecidas por Empresas Industriais Situadas no Estado de Santa Catarina**. Revista Contabilidade & Finanças. São Paulo: USP, n. 32, p. 21-34. Set./dez. 2004.
- PONTE, Vera Maria Rodrigues; OLIVEIRA, Marcelle Colares. **A prática da evidenciação de informações avançadas e não obrigatórias nas demonstrações contábeis das empresas brasileiras**. Revista Contabilidade & Finanças. São Paulo: USP, n. 36, p. 7-20. Set./dez. 2004.
- RELATÓRIO ANUAL DA ADMINISTRAÇÃO DUKE ENERGY, 2007. Disponível em: <<http://www.duke-energy.com.br>>. Acesso em: 06/07/2008.
- RELATÓRIO ANUAL DA ADMINISTRAÇÃO SANEPAR, 2007. Disponível em: <<http://www.sanepar.com.br>>. Acesso em: 06/07/2008.
- RELATÓRIO ANUAL DURATEX, 2007. Disponível em: <<http://www.duratex.com.br>>. Acesso em: 06/07/2008.
- RELATÓRIO ANUAL ENERGIAS DO BRASIL, 2007. Disponível em: <<http://www.energiasdobrasil.com.br>>. Acesso em: 06/07/2008.
- RELATÓRIO ANUAL UNIBANCO, 2007. Disponível em: <<http://www.ri.unibanco.com.br>>. Acesso em: 06/07/2008.
- RELATÓRIO ANUAL TAM Linhas Aéreas S.A., 2007. Disponível em: <<http://www.tam.com.br>>. Acesso em: 06/07/2008.
- RELATÓRIO ANUAL DE SUSTENTABILIDADE VOTORANTIN CELULOSE E PAPEL, 2007. Disponível em: <<http://www.vcp.com.br>>. Acesso em: 06/07/2008.
- RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO COELCE, 2007. Disponível em: <<http://www.coelce.com.br>>. Acesso em: 06/07/2008.

_RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO COPEL, 2007. Disponível em: <<http://www.copel.com.br>>. Acesso em: 06/07/2008.

RELATÓRIO DA ADMINSTRAÇÃO ITAÚ, 2007. Disponível em: <<http://www.itau.com.br>>. Acesso em: 06/07/2008.

RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE CEMIG, 2007. Acesso via Sedex em 09/07/2008.

RIBEIRO, Maisa de Souza. **Contabilidade Ambiental**. São Paulo: Saraiva, 2006.

SANTOS, Ana Paula Gonçalves. **Informações Voluntárias Sobre Capital Intelectual Evidenciadas em Relatórios da Administração: Uma Análise das Maiores Companhias Abertas da Região Sul do Brasil**, 2007, 82f. Monografia do Curso de Ciências Contábeis. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social: Uma Abordagem da Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações**. São Paulo: Atlas, 2001.

WIKIPEDIA. **Dicionário livre**. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org>. Acesso em: 30/07/2008.

APÉNDICE

APÊNDICE A – Identificação do Universo de Pesquisa

Empresas Selecionadas			
Código	Empresa	Sites	Setor
1	ALL	www.all-logistica.com.br	Construção e Transporte
2	Aracruz Celulose S/A	www.aracruz.com.br	Papel e Celulose
3	Banco Bradesco	www.bradesco.com.br	Financeiro e Outros
4	Paraná Banco	www.paranabanco.com.br	Banco Múltiplo
5	Banco de Brasil	www.bb.com.br	Financeiro e Outros
6	Braskem	www.braskem.com.br	Materiais Químico
7	Cataguazes-Leopoldina	Sem site	Energia Elétrica
8	CCR Rodovias	Sem site	Construção e Transporte
9	Celesc	www.celesc.com.br	Energia Elétrica
10	Celulose Irani S/A	www.irani.com.br	Papel e Celulose
11	CEMIG	www.cemig.com.br	Energia Elétrica
12	Coelce	www.coelce.com.br	Energia Elétrica
13	Companhia Vale do Rio Doce	www.vale.com	Mineração / Minerais Metálicos
14	Companhia de Gás de São Paulo - Comgas	www.comgas.com.br	Produção/Distribuição Gás
15	Copel	www.copel.com	Energia Elétrica
16	CPFL Energia	www.cpfl.com.br	Energia Elétrica
17	CSU Cardsystem	www.csu.com.br	Bens Industriais / Serviços Diversos
18	Cyrela Brazil Realty	www.cyrela.com.br	Construção e Transporte
19	Diagnósticos da América S/A	www.diagnosticosdaamerica.co	Análises e Diagnósticos
20	Dixie Toga	www.dixietoga.com.br	Materiais Básicos / Embalagem
21	Duke Energy	www.duke-energy.com.br	Energia Elétrica
22	Duratex	www.duratex.com.br	Materiais Básicos / Madeira e Papel
23	Energias do Brasil	www.energiasdobrasil.com.br	Energia Elétrica
24	Gerdau	www.gerdau.com.br	Siderurgia e Metalurgia
25	Grupo Pão de Açúcar	www.grupopaodeacucar.com.br	Comércio Alimentos
26	Invepar	www.invepar.com.br	Transporte
27	Itaú	www.itaui.com.br	Bancos/Banco Múltiplo
28	MAHLE Metal Leve S/A	www.mahle.com	Material de Transporte
29	Natura Cosméticos S/A	www.natura.net	Produtos de Uso Pessoal
30	OHL Brasil S/A	www.ohlbrasil.com.br	Construção e Transporte
31	Porto Seguro Cia de Seguros Gerais	www.portoseguro.com.br	Previdência e Seguros
32	Sabesp	www.sabesp.com.br	Utilidade Pública
33	Sanepar	www.sanepar.com.br	Utilidade Pública
34	Souza Cruz S/A	www.souzacruz.com.br	Cigarros e Fumo
35	Suzano Papel e Celulose	www.suzano.com.br	Papel e Celulose
36	Suzano Petroquímica	www.novapetroquimica.com.br	Petroquímicos

37	TAM Linhas Aéreas S/A	www.tam.com.br	Transporte Aéreo
38	Ultrapar Participações S/A	Sem site	Financeiro e Outros
39	Unibanco	www.ri.unibanco.com.br	Instituições Financeiras
40	VCP – Votorantin Celulose e Papel	www.vcp.com.br	Papel e Celulose
41	WEG	www.weg.com.br	Motores, Compressores e Outros

Fonte: Adaptado da Bolsa de Valores de São Paulo - Bovespa (www.bovespa.com.br).

ANEXOS

ANEXO 1 – NBC T 15

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

15.1 – CONCEITUAÇÃO E OBJETIVOS

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

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

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

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

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

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

15.2 – INFORMAÇÕES A SEREM DIVULGADAS

15.2.1 – Geração e Distribuição de Riqueza

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

15.2.2 – Recursos Humanos

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

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

- a) Remuneração bruta segregada por empregados, administradores, terceirizados e autônomos;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

15.2.3 – Interação da Entidade com o Ambiente Externo

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

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

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

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

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

defesa do consumidor ou pela Justiça;

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

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

15.2.4 – Interação com o Meio Ambiente

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

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

15.3 – DISPOSIÇÕES FINAIS

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

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

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

JOSÉ MARTONIO ALVES COELHO

Presidente do Conselho

ANEXO 2 – Modelo do Balanço Social Anual 2007 do IBASE

Balanço Social Anual / 2007		iBase^{etinho}					
1. Base de cálculo		2007 Valor (mil reais)			2006 Valor (mil reais)		
Receita líquida (RL)							
Resultado operacional (RO)							
Folha de pagamento bruta (FPB)							
2. Indicadores sociais internos		Valor (mil R\$)	% Sobre FPB	% Sobre RL	Valor (mil R\$)	% Sobre FPB	% Sobre RL
Alimentação							
Encargos sociais compulsórios							
Previdência privada							
Saúde							
Segurança e saúde no trabalho							
Educação							
Cultura							
Capacitação e desenvolvimento profissional							
Creches ou auxílio-creche							
Participação nos lucros ou resultados							
Outros							
Total - Indicadores sociais internos							
3. Indicadores sociais externos		Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL	Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL
Educação							
Cultura							
Saúde e saneamento							
Esporte							
Combate à fome e segurança alimentar							
Outros							
Total das contribuições para a sociedade							
Tributos (excluídos encargos sociais)							
Total - Indicadores sociais externos							
4. Indicadores ambientais		Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL	Valor (mil R\$)	% Sobre RO	% Sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa							
Investimentos em programas e/ou projetos externos							
Total dos investimentos em meio ambiente							
Quanto ao estabelecimento de metas anuais para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa:		() não possui metas	() cumpre de 51 a 75%	() não possui metas	() não possui metas	() cumpre de 51 a 75%	() cumpre de 51 a 75%
		() cumpre de 0 a 50%	() cumpre de 76 a 100%	() cumpre de 0 a 50%	() cumpre de 0 a 50%	() cumpre de 76 a 100%	() cumpre de 76 a 100%
5. Indicadores do corpo funcional							
Nº de empregados(as) ao final do período							
Nº de admissões durante o período							
Nº de empregados(as) terceirizados(as)							
Nº de estagiários(as)							
Nº de empregados(as) acima de 45 anos							
Nº de mulheres que trabalham na empresa							
% de cargos de chefia ocupados por mulheres							
Nº de negros(as) que trabalham na empresa							
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)							
Nº de pessoas com deficiência ou necessidades especiais							
6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial		2007			Metas 2008		

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

7. Outras informações

Nome do arquivo: monografia_silvana_revisada091108.xml
Diretório: C:\Documents and Settings\Rodrigo\Meus documentos
Modelo: C:\Documents and Settings\Rodrigo\Dados de aplicativos\Microsoft Modelos\Normal.dotm
Título: UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
Assunto:
Autor: Cliente
Palavras-chave:
Comentários:
Data de criação: 14/10/2008 23:42:00
Número de alterações: 2
Última gravação: 14/10/2008 23:42:00
Salvo por: Cliente
Tempo total de edição: 4 Minutos
Última impressão: 16/10/2008 14:01:00
Como a última impressão
Número de páginas: 81
Número de palavras: 22.433 (aprox.)
Número de caracteres: 121.141 (aprox.)