

ESTUDO SOBRE OS BALANÇOS SOCIAIS DAS 500 MAIORES EMPRESAS S.A. NÃO-FINANCEIRAS¹

José Antônio Puppim de Oliveira

Professor Adjunto da Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas – EBAPE,
Fundação Getúlio Vargas – FGV, Rio de Janeiro

SUMÁRIO

1 – INTRODUÇÃO

2 - REFERENCIAL TEÓRICO: DEBATES SOBRE RSC E BALANÇO SOCIAL

3 - METODOLOGIA

4 - RESULTADO DO PROCESSO DE COLETA DE INFORMAÇÕES

5 - DESTAQUES SETORIAIS

6 - ANÁLISE DOS RESULTADOS

7 – CONCLUSÕES

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RESUMO

Este artigo analisa como as 500 maiores empresas S.A. não-financeiras do Brasil estão divulgando informações de caráter sócio-ambiental de forma organizada. O estudo identifica dentro deste grupo quais empresas publicam balanços sociais, de que forma publicam e quanto de recursos disponibilizam para determinados setores sócio-ambientais. Os seguintes dados foram agregados: contribuições totais à sociedade incluindo impostos e encargos sociais, investimentos em projetos sociais externos, investimentos em meio ambiente e participação dos empregados nos resultados da empresa. A pesquisa foi feita em face da literatura acadêmica sobre o tema e de outros estudos feitos no Brasil e no mundo.

PALAVRAS-CHAVE

Responsabilidade Social, Balanço Social, stakeholders

¹ A equipe de pesquisa de campo foi formada por um grupo de pesquisadores da FGV-EBAPE coordenado por José Antonio Puppim de Oliveira. Participaram da pesquisa Susana Arcangela Quacchia Feichas, José Jorge A. Abdalla, Elvira Cruvinel Ferreira Ventura, Margarida Maria de Fraga Rocha e Analice Araújo. Também contribuíram de forma fundamental para a coleta de dados as estagiárias Ana Luiza de Abreu Esteves, Karina Pereira de Carvalho, Samantha Mattos Pereira e Ludmilla da Silva Viana. Porém, os resultados aqui apresentados são de inteira responsabilidade do autor, e não representam a visão da EBAPE, da FGV ou de qualquer dos pesquisadores que participaram. Uma versão reduzida deste trabalho foi apresentada no XXVII Enanpad (Atibaia-SP, 2003).

1. INTRODUÇÃO

Responsabilidade Social ou Sócio-ambiental de Corporativa (RSC) é um tema recente, mas de crescente interesse na mídia, empresariado, academia, governo, e sociedade civil no Brasil. Apesar de não existir uma definição consensual de RSC, muitas empresas estão cada vez mais se empenhando em ações na área sócio-ambiental dentro e fora de suas instalações. Estas ações chamadas de responsabilidade social de empresas incluem investimentos em projetos sociais e ambientais em suas unidades e fora delas, participação dos empregados nos resultados da empresa e divulgação de relatórios ou balanços sociais. Isto pode ter um impacto importante no desenvolvimento social e econômico do país, pois muitas empresas tentam transformar-se não somente em um agente econômico em busca de maximizar seus próprios benefícios, mas também terem uma participação maior na sociedade no seu papel de cidadãs, assim atuando com mais transparência e executando projetos sociais e ambientais.

Estas ações são resultado da percepção de fatores econômicos, sociais e políticos (Martin, 2002; Oliveira, 2002; McWilliams & Siegel, 2000; Maignan, Ferrel & Hult, 1999). Com o aumento da necessidade de serem competitivas devido à abertura do mercado nacional e oportunidades de exportação, empresas estão buscando alternativas de se diferenciar, abrir novos mercados e melhorar sua competitividade. Mais responsabilidade sócio-ambiental pode fazer esta diferenciação. Por outro lado, a pressão social e política para uma maior responsabilidade sócio-ambiental e transparência das empresas tende a aumentar com a democratização do país, diminuição do papel do Estado, maior atuação da mídia e conscientização da sociedade civil. Além de um maior interesse dos acionistas em informações sócio-ambientais de suas empresas, a relação com as partes legitimamente interessadas, os chamados “stakeholders”, tem mudado. Ela passou a envolver uma maior transparência e a prestação de contas a diversos atores sociais que não eram tão importantes no processo decisório anteriormente. Estes atores incluem comunidades, empregados, famílias dos empregados e organizações não-governamentais (Ongs). Desta forma, empresas passaram a ser mais avaliadas por suas atitudes e comportamentos frente a questões sócio-ambientais.

A avaliação da responsabilidade sócio-ambiental das empresas é importante para que tomadores de decisão nas empresas e suas partes legitimamente interessadas (“stakeholders”) saibam como estão as organizações de seu interesse frente aos aspectos sócio-ambientais. O Balanço Social, ou outra publicação que disponibilize informações sócio-ambientais de uma organização, surge como uma das principais ferramentas para sintetizar e disponibilizar as informações sobre como a empresa vem trabalhando as questões sócio-ambientais.

No Brasil, o balanço social ganhou força pela iniciativa na década de 1980s do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), na época liderado pelo sociólogo Herbert de Souza (Betinho), de criar um movimento de transparência de organizações públicas e privadas. Em 1997, Betinho lançou uma campanha estimulando a publicação dos balanços sociais propondo um modelo de balanço social (o chamado Modelo Ibase), e assim abriu uma discussão maior com empresários mais progressistas sobre o tema (Ibase, 2003). Isto catalisou a publicação de balanços sociais por diversas empresas. O modelo foi aperfeiçoado algumas vezes e hoje serve como um referencial no Brasil e no exterior. Além disso, existem diversas organizações que incentivam e trabalham para a divulgação de informações sócio-ambientais pelas empresas, como o Instituto Ethos (Ethos, 2003), o Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável (Cebds, 2003) e a Federação Brasileira de Bancos (Febraban). Porém, como estão as empresas brasileiras em relação à divulgação destas informações? O quanto as empresas, principalmente as grandes corporações, estão efetivamente contribuindo em termos sociais e ambientais?

Buscando responder estas perguntas, o objetivo deste texto é analisar até que ponto e como as maiores empresas brasileiras estão publicando informações sócio-ambientais de forma organizada, e quais empresas publicam. Também, pesquisa-se de que forma estas

empresas estão efetivamente contribuindo para o desenvolvimento social, ambiental e econômico do país. Para isto, fez-se uma pesquisa com as 500 maiores empresas S.A. não-financeiras. A análise foi feita usando-se os balanços sociais publicados pelas empresas e em face da literatura e de outros estudos feitos no Brasil e no mundo.

2. REFERENCIAL TEÓRICO: DEBATES SOBRE RSC E BALANÇO SOCIAL

Balanço Social, Relatório de Sustentabilidade Empresarial, Balanço Social Corporativo, Relatório Social e Relatório Social-Ambiental são alguns dos nomes utilizados pelas empresas, especialistas e acadêmicos para designar o material informativo sobre a situação da empresa em relação a questões sociais e ambientais (de agora em diante neste texto iremos chamar tal publicação de balanço social ou BS). Publicações deste tipo vêm se tornando populares no Brasil e no mundo nos últimos anos, principalmente a partir da década de 1980 (Adams, Hill & Roberts, 1998; Siqueira & Vidal, 2002). Diferente dos relatórios anuais das empresas que visam divulgar informações principalmente aos acionistas, o conceito básico do balanço social é difundir informações que interessem a outros stakeholders além dos acionistas, como sindicatos, empregados e seus familiares, comunidades afetadas pela empresa, mídia e organizações não-governamentais (ONGs) com determinados interesses na empresa (ambientalistas, por exemplo). Para isto, o balanço social deve conter informações qualitativas e quantitativas sobre como a empresa está desempenhando sua função econômica, social e ambiental na sociedade e sua relação com os diversos stakeholders.

Existem vários motivos porque as empresas publicam balanços sociais. Alguns dos principais motivos são o atendimento às demandas dos stakeholders por informações sócio-ambientais e a busca de uma melhoria de imagem (Lewis & Unerman, 1999; Andrade et al., 1999). Por um lado, stakeholders, além dos acionistas, estão cada vez mais buscando informações sócio-ambientais sobre empresas de seu interesse, criando uma demanda sobre elas para produzirem os balanços sociais. Por outro lado, a popularização dos balanços sociais cresce junto com o interesse das empresas, e da sociedade em geral, na questão de responsabilidade social. Os balanços sociais são uma forma de as empresas divulgarem suas versões sobre de que forma elas estão buscando a responsabilidade social, independentemente de qual seja a definição utilizada, e melhorarem sua imagem para o mercado, assim tentando diferenciar-se de outras empresas concorrentes.

As informações contidas nos balanços sociais variam devido a vários fatores, como setor industrial, tamanho, tipo gerencial e contexto regional e temporal em que a empresa está inserida (Adams, Hill & Roberts, 1998; Lewis & Unerman, 1999; Teoh & Thong, 1984). Isto vai depender do interesse e capacidade de a empresa produzir os balanços sociais e do tipo de pressão dos stakeholders. Por exemplo, na década de 1970s, os balanços sociais das empresas americanas focavam mais em relação ao emprego de minorias, já que era um tema de relevância na época neste país; no Canadá havia uma ênfase em questões de benefícios trabalhistas (Lewis & Unerman, 1999). Mesmo estando dentro de um contexto de integração forte como a União Européia, os conteúdos e formas dos balanços sociais dos países europeus variam significativamente (Adams, Hill & Roberts, 1998). Também há uma diferença entre os balanços sociais de empresas destes países e do Brasil (Freire & Rebouças, 2001).

Como classificar ou consolidar as informações sociais e ambientais também veio de diferentes movimentos. Até a década de 1990, percebe-se que havia vários movimentos distintos para relatar informações sócio-ambientais no Brasil e no mundo. De um lado um movimento para publicação de informações de caráter mais relacionados à ação social da empresa, como os primeiros modelos do Ibase no Brasil. Uma outra tendência priorizava os aspectos de gestão e transparência, como nas pesquisas de benchmarking do Instituto Ethos. Um terceiro movimento, ainda, direcionava mais para busca de informações ambientais, no estilo dos relatórios de sustentabilidade do Conselho Empresarial Brasileiro para o

Desenvolvimento Sustentável (CEBDS). Hoje há uma tendência de integração das informações sociais e ambientais em um único documento (Line, Hawley & Krut, 2002).

A forma de divulgação do balanço social também varia, podendo ser um documento separado ou integrado ao relatório anual da empresa. Com a expansão do uso da tecnologia de informação, a utilização da Internet para disponibilização dos balanços sociais tem crescido (Line, Hawley & Krut, 2002).

Também tem surgido um movimento de integração global entre os diversos movimentos e organizações nacionais e regionais que lidam com a questão de responsabilidade sócio-ambiental. No âmbito do balanço social, existe uma tentativa de integração global das diversas tendências de publicações de informações sócio-ambientais através da Global Reporting Initiative - GRI (GRI, 2003). O GRI tenta difundir a importância de publicar-se balanços sociais e uma padronização mínima que os balanços devem ter para que sejam de utilidade aos diferentes stakeholders.

Sobre o ponto de vista da profundidade e tecnicidade do conteúdo e formato dos balanços existe muita divergência na literatura. Será que eles devem ser estritamente técnicos para serem analisados somente por especialistas, ou devem ser simples para que todos os stakeholders possam entendê-los? Alguns autores defendem uma forma mais simplificada de balanços, dizendo que seu principal objetivo é a divulgação de informações para um público (stakeholders) majoritariamente não familiarizado com as técnicas da contabilidade. Os balanços financeiros, por exemplo, não tem muita utilidade para muitos stakeholders, pois são de difícil interpretação (Sutton & Arnold, 1998). Por outro lado, há autores que defendem que balanços devem ter o rigor técnico, e que mesmo assim poderiam ser utilizados por vários stakeholders (Shaoul, 1998; Preston, 1981).

O relativismo ético do contexto em que uma empresa está inserida é importante para pensar-se na padronização dos balanços sociais. O que é bom e o que é ruim para uma sociedade “A” hoje pode não ser para outra sociedade “B” ou mesmo na própria sociedade “A” no futuro. Assim uma padronização poderia impedir esta adaptação de acordo com as mudanças de contexto (Lewis & Unerman, 1999).

Alguns autores destacam a utilidade dos balanços sociais para catalisar mudanças nas empresas (Dierkes & Antal, 1985). O impacto da publicação dos balanços sociais pode acontecer via stakeholders externos ou internos, incluindo a gerência. Stakeholders internos (ex: empregados) e externos podem fazer demandas às empresas baseadas nas informações publicadas pelo balanço, ou até mesmo decisões de compra no caso dos consumidores. No lado da gerência, o balanço social serve para balizar o planejamento da empresa em termos de objetivos e metas na área sócio-ambiental. O próprio processo de confecção do balanço social pode ter um impacto positivo na organização, pois esta pode descobrir aspectos que antes não conhecia (Dierkes & Antal, 1985).

Há um debate também sobre a necessidade ou não de fazer os balanços sociais das empresas obrigatórios e regulados. Os defensores de uma maior regulação dos balanços sociais alegam duas razões principais (Roberts, 1998; Sutton & Arnold, 1998). A primeira é que stakeholders, além dos acionistas, tem pouco poder de pressão para demandar que certas informações sejam passadas de forma correta, e muitas vezes suas demandas por determinado tipo de informação são ignoradas pelas empresas ou pelas auditorias especializadas. A segunda razão é que o nível de qualidade dos balanços divulgados não é satisfatório. Em alguns países, como a França, desenvolveram formas de regular os balanços sociais (Freire & Rebouças, 2001). No Brasil, a publicação do balanço social não está regulamentada (Siqueira & Vidal, 2002). Porém, alguns projetos de lei que regulamentam o balanço social tramitam nas esferas federal e estadual (no Rio Grande do Sul, por exemplo). A Agência Nacional de Eletricidade (Aneel, 2003) tem uma resolução que torna compulsória a publicação de balanços sociais por empresas do setor elétrico já em 2003.

Uma reflexão sobre os diversos debates sobre balanço social será feita através da análise dos balanços publicados pelas 500 maiores empresas S.A. não-financeiras que se segue abaixo.

3. METODOLOGIA

Nesta pesquisa, buscou-se elaborar uma metodologia de avaliação sócio-ambiental para o universo das organizações que constam entre as 500 maiores empresas não-financeiras² com dados relativos a 2001 (estes são os dados mais recentes possíveis, pois grande parte das empresas ainda não havia publicado seu balanço social de 2002 quando este texto estava sendo escrito em junho de 2003). Escolhemos este universo porque já estavam disponibilizadas várias informações em relação à empresa, como receita operacional líquida e lucro líquido. Sabemos que uma avaliação deste tipo tem suas limitações e que não existe consenso entre os especialistas nem mesmo sobre a definição de responsabilidade social. O objetivo principal é consolidar e analisar os principais dados sócio-ambientais apresentados pelas empresas e saber quais, quanto e como as empresas atuam frente à questão de RSC.

Pensamos que a transparência das empresas é um critério importante para avaliar a responsabilidade social de uma organização. A quantidade e qualidade das informações sócio-ambientais disponíveis ao público de uma empresa balizam o comprometimento social desta empresa. Independente da definição de RSC, somente com informações detalhadas e confiáveis seus stakeholders podem avaliar se realmente a empresa está cumprindo suas responsabilidades frente à sociedade. Assim, utilizamos como fonte principal de informações os dados publicados pelas próprias empresas através de seus balanços sociais, seus relatórios anuais ou outros documentos disponíveis ao público. Estes dados foram coletados através dos sítios das empresas diretamente e por contato com as empresas via e-mail ou telefoneⁱ.

Dependendo da qualidade das informações disponíveis, separamos as empresas que poderiam ser avaliadas com mais profundidade para uma consolidação e comparação de suas informações sócio-ambientais. A partir daí elaboramos diversas análises e rankings contendo informações objetivas que podem ser retiradas dos dados fornecidos pelas empresas ao público, tais como:

- Total de contribuições à sociedade e governo, incluindo impostos e encargos sociais (soma dos indicadores internosⁱⁱ e indicadores externosⁱⁱⁱ da terminologia do Ibase [2003])
- Total de recursos investidos em ação social,
- Total de recursos investidos em ação social em proporção à Receita Operacional Líquida da empresa (ROL)^{iv},
- Participação dos empregados nos resultados das empresas^v em proporção à Receita Operacional Líquida (ROL),
- Total de investimentos ou indicadores de meio ambiente^{vi},
- Total de gastos em meio ambiente em proporção à Receita Operacional Líquida (ROL).

4. RESULTADO DO PROCESSO DE COLETA DE INFORMAÇÕES

Depois de contatar todas as 500 empresas, recebeu-se informações sobre 152 empresas, aproximadamente 30% das 500 (Tabela 1). Participaram do estudo final 95 empresas, pois somente estas apresentavam em 2002 dados relevantes de 2001 que pudessem ser objeto de comparação com outras empresas.

² Relativo ao ranking das 500 maiores empresas não-financeiras divulgadas pela Fundação Getúlio Vargas em agosto de 2002 (FGV, 2002), dados relativos a 2001.

Tabela 1 - Empresas que responderam entre as 500 maiores S.A. não-financeiras

Grupo de Empresas	Balancos	% das 500
Empresas que publicaram em 2002 os balanços sociais de 2001, com informações relevantes (*)	100	20%
Empresas que publicaram em 2002 algum balanço social de 2001, mas com pouca informação relevante	30	6,0%
Empresas com balanços de 2001 publicados pelo Holding	9 (**)	1,8%
Empresas que em 2002 tinham balanços publicados em 2000	7	1,4%
Empresas com balanços publicados de 2000, mas incompletos	6	1,2%
Total de empresas com balanços	152	30,4%

(*) Consideramos informações relevantes dados qualitativos e quantitativos com alguma consolidação para que se possa fazer comparações entre empresas e ao longo dos anos. (**) em 4 balanços

Durante o processo de coleta de informações percebemos que algumas empresas não reconhecem imediatamente o significado de balanço social ou informações sócio-ambientais. Como resultado, tivemos empresas que enviaram o relatório anual ou balanço patrimonial pensando que se tratava do balanço social. Portanto, ainda é necessário um esforço maior na divulgação do conceito de balanço social e responsabilidade social.

Muitas empresas já disponibilizam informações sócio-ambientais pela internet, e assim facilitam a coleta das informações pelos stakeholders (Tabela 2). Conseguimos 103 balanços via sítio da empresa ou enviados por e-mail. Outro ponto interessante é que um grupo de empresas começa a colocar o balanço social como parte integrante de seu relatório anual (Tabela 3). Desta forma, acionistas e outras partes interessadas têm informações do balanço social juntas com outras informações importantes relativas à empresa, facilitando o entendimento do contexto em que a empresa se encontra. Muitos dos balanços sociais apresentados no relatório anual são auditados por empresas independentes especializadas, principalmente aqueles que vem junto com o relatório anual.

Tabela 2 - Localização do Balanço Social

Localização do Balanço Social (*)		
Internet	Enviaram Impresso	Enviaram balanço patrimonial ou relatório anual
103	40	14

(*) Algumas empresas enviaram tanto balanços por internet quanto impressos

Tabela 3 - Disponibilidade dos balanços (*)

Separado	Com o relatório anual
110	36

(*) estes números não contam as empresas que enviaram informações não relacionadas ao tema da pesquisa

O modelo proposto pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (Ibase), instituto pioneiro no esforço de propagar a idéia de balanço social entre as empresas, começa a se popularizar entre os diversos setores empresariais. Mais de um terço dos balanços analisados, ou 34 balanços, continham informações no modelo proposto pelo Ibase (Tabela 4). Porém, a maioria das empresas ainda utiliza modelos diversos, muitos deles corporativos.

Tabela 4 – Modelo da disponibilização das informações sócio-ambientais

Modelo Ibase	Outros Modelos com Informações Relevantes		Sem informações relevantes
	Quantitativo somente	Quantitativo e Qualitativo	
34	41	36	36

Parte dos balanços foi dispensada de uma análise mais detalhada porque apresentaram pouca informação relevante, como somente descrição superficial de projetos sociais ou área de atuação social da empresa.

A publicação de balanços sociais parece ser uma prática mais comum no grupo das empresas maiores (Tabela 5 e 6). Das 10 primeiras do ranking das 500 maiores, 9 publicam balanços (90%); das 100 primeiras, 46 publicam (46%); enquanto a publicação acontece em somente 7 das 100 empresas classificadas entre 301 e 400 (7%) e 9 das empresas classificadas entre 401 e 500 (9%).

Tabela 5 - Quem Publica? Pela posição no ranking das 500 - I

Posição no Bloco das 500 maiores	Empresas que publicaram BS	Percentual na faixa
Entre as 500	105	21,0%
10 primeiras	9	90,0%
20 primeiras	16	80,0%
100 primeiras	46	46,0%
250 primeiras	78	31,2%
Empresas de 251-500	27	10,8%

Tabela 6 - Quem Publica? Pela posição no ranking das 500 - II

Classificação no ranking	Empresas que publicaram BS	Percentual na faixa
Empresas de 1-100	46	46,0%
Empresas de 101-200	25	25,0%
Empresas de 201-300	18	18,0%
Empresas de 301-400	7	7,0%
Empresas de 401-500	9	9,0%

5. DESTAQUES SETORIAIS

Em uma divisão de balanços coletados por setores de atividade, os destaques vão para os setores onde mais de 50% de suas empresas entre as 500 maiores publicaram balanços sociais, como os setores de aeronaves, petróleo, produtos do fumo, eletricidade e gás, e papel e celulose (Tabela 7). Alguns destes setores estão possivelmente entre os mais questionados pelos diversos atores sociais, já que englobam atividades com alto potencial de impactos ambientais e sociais. Assim, a publicação de informações sócio-ambientais é uma maneira de tentar mostrar e sensibilizar aos stakeholders como a empresa trata destes aspectos. Um destaque especial vai para o setor de eletricidade e gás onde 36 empresas (62% das 58 empresas do setor) publicaram seu balanço social em 2001. Isto é devido em parte pela atuação da Aneel (Agência Nacional de Energia Elétrica), que incentiva desde 1998 as empresas do setor elétrico a publicarem seus balanços sociais. A Resolução no. 444 de 2001 coloca obrigatória a publicação em 2003 dos balanços referentes a 2002 (Aneel, 2003).

Por outro lado, os balanços sociais com dados relevantes inexistem em alguns setores importantes como nos setores de produtos alimentícios e máquinas e equipamentos, com 27 e 15 empresas respectivamente, onde nenhuma empresa publicou informações sócio-ambientais relevantes em 2001. Nos setores de construção e transporte, com 20 empresas cada, a publicação de balanços sociais também é bastante modesta. Somente uma empresa em cada setor publicou balanço social em 2001.

6. ANÁLISE DOS RESULTADOS

Dos 105 balanços selecionados inicialmente, um grupo de 95 empresas apresentaram em 2002 dados de 2001 de forma a poder colher as informações para comparações nos diversos itens que procuramos analisar objetivamente^{vii}. Dez empresas que tinham balanços

sociais com informações relevantes não puderam ser comparadas com outras empresas por questões diversas, como no caso de algumas empresas que apresentavam o balanço social do holding ou outras que publicaram seu balanço social em dólares americanos.

Tabela 7 - Quem publica? Por Setores

Setor de atividade	Número do setor	Número de empresas no setor	Com Balanço	Percentual com Balanço Social
Aeronaves, Embarcações e Serviços Ferroviários	02	1	1	100,0%
Petróleo	24	5	4	80,0%
Produtos do fumo	29	3	2	66,7%
Eletricidade e Gás	16	58	36	62,1%
Celulose e Papel	10	12	7	58,3%
Couros e calçados	14	3	1	33,3%
Metalurgia	23	36	10	27,8%
Bebidas	09	12	3	25,0%
Vestuário	41	4	1	25,0%
Produtos Químicos	31	46	10	21,7%
Edição e Impressão	15	5	1	20,0%
Saneamento	33	17	3	17,6%
Comércio por atacado	11	29	5	17,2%
Artigos de Borracha e Plástico	05	6	1	16,7%
Extração Mineral	43	12	2	16,7%
Atividades anexas e auxiliares ao transporte	06	7	1	14,3%
Produtos farmacêuticos e veterinários	30	7	1	14,3%
Comércio varejista	12	22	3	13,6%
Telecomunicações	40	30	4	13,3%
Açúcar e Alcool	01	9	1	11,1%
Máquinas, aparelhos e equipamentos elétricos	21	9	1	11,1%
Material eletrônico e equipamentos de comunicação	22	9	1	11,1%
Produtos Têxteis	32	10	1	10,0%
Produtos de Minerais não-metálicos	28	22	2	9,1%
Fabricação e montagem de veículos automotores, partes e peças	17	12	1	8,3%
Construção	13	20	1	5,0%
serviços de transporte	38	20	1	5,0%
Agropecuária	03	1	0	0,0%
Aluguel de Veículos, Máquinas e Equipamentos	04	3	0	0,0%
Atividades imobiliárias	07	2	0	0,0%
Atividades recreativas, culturais e desportivas	08	1	0	0,0%
Indústrias diversas	18	3	0	0,0%
Máquinas e Equipamentos	19	15	0	0,0%
Máquinas para escritório e Equipamentos de informática	20	2	0	0,0%
Produtos alimentícios	25	27	0	0,0%
Produtos de Madeira	26	4	0	0,0%
Produtos de Metal	27	5	0	0,0%
Saúde e serviços sociais	34	1	0	0,0%
Serviços creditícios e conexos	35	4	0	0,0%
Serviços de arquitetura e engenharia	36	1	0	0,0%
Serviços de informática e conexos	37	2	0	0,0%
Serviços prestados às empresas	39	2	0	0,0%
Vigilância e segurança	42	2	0	0,0%

6.1) Total de contribuições à sociedade, incluindo impostos e encargos sociais

Este item busca determinar o valor total de contribuições das empresas para a sociedade e governo, incluindo todos os itens dos indicadores sociais internos, indicadores sociais externos e indicadores de meio ambiente como impostos, encargos sociais, participação dos empregados no resultado, ação social e investimentos em meio ambiente.

Os balanços de 82 empresas apresentavam informações suficientes para fazer uma avaliação do valor total de suas contribuições para a sociedade em 2001. A soma da contribuição destas empresas chegou a R\$ 63,3 bilhões, sendo que somente a contribuição da Petrobras, primeira no ranking de contribuições totais, foi de R\$ 30,4 bilhões. Isto gerou uma média de R\$ 772 milhões por empresa e 32,3% da soma da Receita Operacional Líquida dessas 82 empresas.

Tabela 8 – Total de contribuições para sociedade e governo, incluindo impostos e encargos

Total de Contribuições (R\$ mil)	63.304.559
Média por empresa (R\$ mil)	772.007
Média Total de Contribuições por Receita Operacional Líquida (ROL)	32,3%

Além da Petrobras, já esperada no topo do ranking por ser a maior empresa do Brasil (Tabela 9), encabeçam a lista a Souza Cruz, Brasil Telecom e três empresas de eletricidade e gás: Cemig, Eletropaulo Metropolitana e Copel. Oito empresas das 82 analisadas tiveram uma contribuição total para a sociedade e governo de mais de R\$ 1 bilhão cada em 2001.

O setor de eletricidade e gás com 6 empresas e o setor de metalurgia com 5 empresas foram os que mais forneceram empresas para o ranking das 20 que mais contribuíram.

Tabela 9 - Ranking das 20 maiores por Total de Contribuição de Recursos para Sociedade (incluindo impostos e encargos sociais)

Ranking	No. Setor (*)	Posição no Ranking nas 500 maiores	Empresa	Total de Contribuições
1	24	001	Petrobras	30.376.723
2	29	057	Souza Cruz	3.811.400
3	40	007	Brasil Telecom	2.806.425
4	40	011	Cemig	2.343.000
5	16	009	Eletropaulo Metropolitana	1.776.528
6	16	048	Copel	1.379.991
7	23	026	Gerdau S.A.	1.349.437
8	23	013	CSN	1.065.411
9	12	010	Grupo Pão de Açúcar	958.262
10	11	021	Petrobrás Distribuidora	956.435
11	16	004	Furnas	857.612
12	43	005	CVRD (Vale)	776.000
13	16	016	Light	775.440
14	02	008	Embraer	675.034
15	23	052	Belgo	644.247
16	23	018	Usiminas	643.942
17	16	051	Celesc	598.952
18	13	076	Camargo Corrêa	586.005
19	23	030	Cosipa	566.693
20	16	085	Celg	504.282

(*) setor de atividade, vide Tabela 7.

6.2) Recursos Investidos em Ação Social

Dos 95 balanços analisados, 71 empresas mostraram o total de recursos investidos em ações sociais, ou seja, projetos sociais externos à empresa, diretamente ou em parceria com outras organizações.

As 71 empresas analisadas investiram mais de R\$ 718 milhões em ações sociais (Tabela 10). Este valor é equivalente a 0,39% da soma de suas Receitas Operacionais Líquidas (ROL) ou 3,66% da soma de seus lucros líquidos (LL)^{viii}.

Tabela 10 – Investimentos em ação social

Total de Investimentos com Ação Social (R\$ mil)	718.341
Média por empresa (R\$ mil)	10.117
Média Total de Gastos em Ação Social por ROL	0,39%
Total de Gastos em Ação Social por Lucro Líquido (LL)	3,66%

A Petrobras mais uma vez aparece à frente do ranking, tendo investido mais de R\$ 130 milhões em diversas ações sociais (Tabela 11). A gigante petroleira vem seguida da Chesf, Eletronorte e Petrobras Distribuidora, cada uma investindo mais de R\$ 50 milhões em ações sociais. Quinze empresas investiram mais de R\$ 10 milhões cada. O destaque setorial vai para o setor de eletricidade e gás, com metade das empresas (10) entre as 20 que investiram mais em ações sociais.

Tabela 11 - Ranking das 20 maiores por Total Investido em Ação Social (ações externas, tirando impostos)

Ranking	No. Setor (*)	Poição no Ranking das 500	Empresa	Total de Ação Social (1.000 R\$)	Ação Social/ROL
1	24	001	Petrobras	130.077,00	0,26%
2	16	014	Chesf	79.038,00	2,67%
3	16	024	Eletronorte	57.188,00	3,53%
4	11	021	Petrobrás Distribuidora	51.031,00	0,32%
5	16	048	Copel	49.318,00	4,82%
6	16	004	Furnas	34.526,00	0,37%
7	12	010	Grupo Pão de Açúcar	29.637,00	0,41%
8	43	005	CVRD (Vale)	27.000,00	0,42%
9	16	011	Cemig	25.000,00	0,53%
10	15	390	Zero Hora-RBS	21.716,28	9,39%
11	29	057	Souza Cruz	18.600,00	0,86%
12	40	007	Brasil Telecom	17.831,00	0,29%
13	16	009	Eletropaulo Metropolitana	14.962,00	0,25%
14	16	158	Enersul	13.280,00	2,75%
15	23	026	Gerdau S.A.	12.560,00	0,41%
16	16	070	Eletronuclear	9.717,00	1,42%
17	02	008	Embraer	9.239,00	0,14%
18	16	016	Light	8.794,00	0,23%
19	16	083	Celpe	8.715,00	0,87%
20	23	052	Belgo	7.480,00	0,58%

(*) setor de atividade, vide Tabela 7.

Quando comparamos o total investido em ações sociais com a Receita Operacional Líquida (ROL), temos um resultado diferente (Tabela 12). No ranking das 20 empresas que mais investiram em ações sociais dividido pela ROL, somente aparecem 10, ou metade, das

20 empresas que mais investiram em ação social em valores absolutos. A Zero Hora- RBS aparece no topo do ranking investindo em ações sociais externas o equivalente a 9,39% de sua ROL. Seguem Copel e Eletronorte com mais de 3%. O setor de eletricidade e gás foi o que mais contribuiu outra vez, com 6 empresas nas sete primeiras e 12 entre as 20 que mais contribuíram em ação social por ROL.

Tabela 12 - Ranking das 20 maiores por gastos em Ação Social / ROL

Ranking	No. Setor (*)	Posição no Ranking das 500	Empresa	Total de Ação Social	Ação Social/ROL
1	15	390	Zero Hora-RBS	21.716,28	9,39%
2	16	048	Copel	49.318,00	4,82%
3	16	024	Eletronorte	57.188,00	3,53%
4	16	274	Cataguazes - Leopoldina	5.469,00	2,81%
5	16	158	Enersul	13.280,00	2,75%
6	16	014	Chesf	79.038,00	2,67%
7	16	206	Energipe	5.562,00	2,03%
8	23	316	Sibra	3.440,00	1,54%
9	16	070	Eletronuclear	9.717,00	1,42%
10	06	147	Concessionária Anhangüera-	4.261,00	1,14%
11	16	083	Celpe	8.715,00	0,87%
12	29	057	Souza Cruz	18.600,00	0,86%
13	16	255	Saelpa	2.614,00	0,84%
14	33	439	Sanasa	1.237,00	0,75%
15	10	312	Grupo Orsa	1.847,00	0,69%
16	16	080	Escelsa	5.201,00	0,60%
17	23	052	Belgo	7.480,00	0,58%
18	16	165	EMAE	2.751,00	0,57%
19	16	011	Cemig	25.000,00	0,53%
20	14	220	Azaléia	2.310,00	0,46%

(*) setor de atividade, vide Tabela 7.

6.3) Participação dos empregados nos resultados das empresas em proporção à Receita Operacional Líquida (ROL)

Das informações recebidas, constam que 58 empresas deram alguma forma de participação aos empregados nos resultados, totalizando R\$ 1,2 bilhões em 2001 (Tabela 13). Isto é equivalente a 0,66% da ROL e 5,93% do Lucro Líquido (LL) do conjunto dessas empresas

Tabela 13 – Participação dos empregados nos resultados

Soma total das 58 empresas (em 1.000 R\$) =	1.202.469
Participação/ROL=	0,66%
Participação/lucro líquido (LL)=	5,93%

Em valores absolutos totais, a Petrobras foi a que mais deu participação aos seus empregados com R\$ 416,5 milhões em 2001. Em relação às empresas que mais premiam seus funcionários com participação nos lucros ou resultados em proporção à Receita Operacional Líquida (ROL), de acordo com a Tabela 14, a empresa Zero Hora-RBS está outra vez na frente do ranking com 3,42 % da ROL, seguida da Belgo, Copel e Ultragaz, as três com mais de 2% de sua ROL dada como participação aos empregados. Os setores de metalurgia e eletricidade e gás, com 4 empresas cada, foram os que mais forneceram empresas entre as 20 primeiras que mais premiaram em relação a ROL.

Tabela 14 - Ranking das 20 maiores por Participação de Empregados nos Resultados / ROL

Ranking	Setor	Posição no Ranking das 500	Empresa	Participações nos lucros ou resultados (R\$ Mil)	Participação nos resultados/ ROL
1	15	390	Zero Hora-RBS	7.911	3,42%
2	23	052	Belgo	34.157	2,66%
3	16	048	Copel	24.000	2,34%
4	12	166	Ultragaz	21.762	2,03%
5	14	220	Azaléia	9.839	1,97%
6	13	076	Camargo Corrêa	17.254	1,43%
7	23	026	Gerdau S.A.	43.565	1,42%
8	43	005	CVRD (Vale)	86.000	1,35%
9	02	008	Embraer	83.676	1,24%
10	16	136	CEB	8.017	1,24%
11	29	057	Souza Cruz	25.100	1,16%
12	17	182	Marcopolo	8.400	1,15%
13	33	089	Sanepar	7.872	1,07%
14	16	158	Enersul	5.108	1,06%
15	16	011	Cemig	47.000	1,06%
16	23	013	CSN	31.795	0,97%
17	30	192	Aché	4.279	0,88%
18	24	001	Petrobras	416.454	0,85%
19	23	485	Saint-Gobain Canalização	1.240	0,83%
20	40	007	Brasil Telecom	50.833	0,83%

6.4) Investimentos em Meio Ambiente

Um grupo de 77 empresas apresentou o balanço dos investimentos em meio ambiente. A forma de apresentar não foi homogênea. Algumas empresas dividiram os investimentos entre projetos relacionados à operação da empresa e projetos externos. Outras não fizeram esta divisão. Aqui consideramos investimentos internos e externos de forma agregada.

Os investimentos em meio ambiente chegaram a R\$ 1,84 bilhões de reais nessas 77 empresas, ou aproximadamente 1% da soma de suas ROLs (Tabela 15). Em total investido por empresa, a Petrobras aparece em primeiro no ranking com R\$1,1 bilhões, ou seja, quase 60% do que foi investido pelo grupo de 77 empresas pesquisadas (Tabela 16). O ranking segue com CSN, Eletronuclear, CVRD (Vale) e Celpe, cada uma investindo mais de R\$ 50 milhões cada. Mais uma vez o setor de eletricidade e gás, com 10 empresas, foi o que teve maior número de empresas entre as 20 que mais investiram em meio ambiente.

Tabela 15 – Investimentos em meio ambiente

Total gasto em meio ambiente (1.000 R\$) =	1.839.911
Total gasto em Meio Ambiente / ROL =	1,03%
Média por empresa (em 1.000 R\$) =	23.895

No total de investimentos em meio ambiente em relação a sua ROL, de acordo com as informações em seu balanço social, Celtins (Cia de Energia Elétrica do Estado do Tocantins) aparece em primeiro lugar com investimentos ambientais que ultrapassam os 26% de sua ROL, bem a frente de outras (Tabela 17). Ela é acompanhada a seguir por Eletronuclear, CPTM (Cia Paulista de Trens Metropolitanos), Celpe (Cia Energética de Pernambuco) e CSN (Cia Siderúrgica Nacional). As empresas de eletricidade aparecem com destaque mais uma vez, tendo 7 entre as 20 que mais investiram em meio ambiente em relação a sua ROL. Porém, elas incluem na área ambiental os seus programas de pesquisa e desenvolvimento, eficiência energética e eletricidade rural.

Tabela 16 - Ranking das 20 maiores por Investimentos em Meio Ambiente

Ranking	Setor	Posição no Ranking das 500	Empresa	Indicadores Meio Ambiente (R\$ Mil)	Meio Ambiente/ROL
1	24	001	Petrobras	1.100.000	2,24%
2	23	013	CSN	151.686	4,62%
3	16	070	Eletronuclear	60.333	8,83%
4	43	005	CVRD (Vale)	60.000	0,94%
5	16	083	Celpe	55.028	5,49%
6	16	365	Celtins	36.251	26,35%
7	38	100	CPTM	31.712	6,16%
8	11	021	Petrobrás Distribuidora	31.498	0,20%
9	16	099	CELPA	31.442	3,87%
10	31	041	Basf	28.666	1,14%
11	23	030	Cosipa	27.572	1,61%
12	16	004	Furnas	24.617	0,27%
13	23	026	Gerdau S.A.	18.696	0,61%
14	16	011	Cemig	15.000	0,32%
15	16	019	Cesp	14.136	0,67%
16	10	069	Companhia Suzano de Papel e Celulose	10.876	1,09%
17	23	052	Belgo	9.363	0,73%
18	16	048	Copel	9.185	0,90%
19	16	024	Eletronorte	8.265	0,51%
20	16	039	Coelba	8.059	0,53%

Tabela 17 - Ranking das 20 maiores por Investimentos em Meio Ambiente / ROL

Ranking	Setor	Posição no Ranking das 500	Empresa	Meio Ambiente/ROL
1	16	365	Celtins	26,35%
2	16	070	Eletronuclear	8,83%
3	38	100	CPTM	6,16%
4	16	083	Celpe	5,49%
5	23	013	CSN	4,62%
6	16	099	CELPA	3,87%
7	24	001	Petrobras	2,24%
8	23	030	Cosipa	1,61%
9	10	312	Grupo Orsa	1,57%
10	16	165	EMAE	1,29%
11	31	041	Basf	1,14%
12	10	069	Compahia Suzano de Papel e Celulose	1,09%
13	16	283	Caiuá	0,98%
14	43	005	CVRD (Vale)	0,94%
15	16	048	Copel	0,90%
16	23	485	Saint-Gobain Canalização	0,88%
17	06	147	Concessionária Anhangüera-Bandeirantes	0,87%
18	31	304	Deten Química S.A	0,82%
19	23	052	Belgo	0,73%
20	23	479	Companhia Paulista de Ferro-ligas e controladas	0,69%

7. CONCLUSÕES

Ações de responsabilidade social corporativa e publicação de balanços sociais por empresas brasileiras vem se tornando uma realidade. Sem entrar em mérito sobre a qualidade das ações ou das informações, o número de empresas brasileiras que fazem ações sócio-ambientais e publicam balanços sociais já é relativamente alto, chegando a 46% das 100 maiores empresas S.A. não-financeiras, mesmo quando comparado internacionalmente. Um levantamento mostrou que, em 2001, 50% das 100 maiores empresas do mundo (por lucro) publicaram balanços sociais (Line, Hawley & Krut, 2001)^{ix}. Embora não tenhamos informações detalhadas sobre como vem crescendo o número de balanços sociais nas empresas brasileiras ao longo dos anos, há indícios que ele vem aumentando de forma significativa, já que muitos balanços coletados eram os primeiros a serem produzidos pelas empresas. A tendência é crescer, principalmente com a obrigatoriedade de divulgação de balanços sociais por alguns setores mais regulados, como o setor de eletricidade, que já é obrigado a publicar a partir deste ano (Aneel, 2003).

Nesta pesquisa, e em outras que têm sido realizadas (Siqueira & Vidal, 2002), existem problemas com a qualidade das informações contidas nos balanços sociais. Muitos balanços sociais não servem para fazer benchmarking para uma comparação entre empresas ou temporal. Detectou-se que alguns balanços apresentavam informações descritivas, sem consolidação e sem divisão temporal. Por exemplo, uma empresa colocou somente o total dos investimentos em ações sociais feitos ao longo dos anos, sem explicitar em que época foram feitos. Muitas simplesmente descreveram os projetos que apóiam sem analisar os resultados ou explicitar quantias.

Outro lado da qualidade das informações refere-se a confiabilidade e as definições de alguns termos usados comumente em balanços sociais, como investimentos em ação/projetos sociais ou indicadores internos. Algumas empresas colocaram projetos externos de compromisso regulado (como projetos de eletrificação rural ou de compensação) como projetos sociais. Em uma empresa, seus investimentos sociais ultrapassavam seus investimentos totais. Finalmente, uma outra empresa do setor de saneamento colocava seus projetos de investimento na sua função fim (saneamento) como investimentos em meio ambiente.

Porém, a qualidade das informações nos balanços sociais não é problema da realidade brasileira, e é recorrente em países que já tem uma maior tradição em balanços sociais, como os Estados Unidos e países da Europa (Adams, Hill & Roberts, 1998; Lessem, 1977). Um relatório do departamento de comércio dos Estados Unidos em 1979 já alertava para a falta de qualidade dos balanços sociais publicados na época (citado por Heard & Bolce, 1981). Isto também acontece nas maiores empresas do mundo (Line, Hawley & Krut, 2002).

Porém, organizações como o Ibase, Cebds ou o Instituto Ethos tem desempenhado um papel importante na tentativa de melhorar a qualidade e formato de apresentação das informações contidas nos balanços sociais. O aprimoramento contínuo do Modelo Ibase de balanço (já foram feitas várias revisões ao longo dos anos) tem permitido a introdução de mais variáveis quantitativas e qualitativas. Espera-se que no futuro as comparações possam ser feitas com melhores parâmetros e informações mais confiáveis.

Diversos autores defendem a publicação não só dos pontos e ações bons da organização, mas também a explicitação dos pontos ruins das empresas, ou uma autocrítica, (Siqueira & Vidal, 2002; Hines, 1988;). Porém muitas vezes as empresas quando colocam pontos negativos tendem a fazê-los de uma forma mais defensiva, tentando explicá-los (Siqueira & Vidal, 2002). Isto foi detectado em diversos balanços sociais analisados nesta pesquisa. Muitas vezes os balanços sociais podem refletir uma falsa realidade, mostrando aquilo que as empresas acham que iria agradar aos stakeholders. Seria usado como uma tentativa de legitimação frente aos stakeholders dando uma falsa realidade (Hines, 1988).

Alguns autores pensam que a obrigatoriedade e padronização dos balanços sociais acontecerão quando houver uma mudança na conscientização e poder dos stakeholders para que possam influenciar esta obrigatoriedade (Roberts, 1998). Além disso, é preciso que já estejam bem desenvolvidos requerimentos para atestar a qualidade das informações e formatos que possam servir para disseminar informações de forma confiável, o que não existe no momento. Porém, para isto, é necessário até mesmo termos um melhor amadurecimento do conceito de responsabilidade social corporativa.

O Balanço Social serve para balizar-nos em relação a como o movimento de responsabilidade social vem permeando as empresas brasileiras. Neste trabalho, viu-se como estas contribuem não só como agentes econômicos na busca de lucro para seus acionistas, mas também participam como atores importantes no processo de desenvolvimento econômico, político e sócio-ambiental do país.

Para finalizar, pensamos que há muito espaço para pesquisas futuras sobre responsabilidade social e balanço social. Elas devem se aprofundar em vários aspectos não só de aperfeiçoamento do balanço social como uma ferramenta de gestão e sua regulamentação, mas tentar estudar a conexão do balanço social com temas maiores, por exemplo analisando o porquê de as empresas publicarem balanços sociais, como os stakeholders os tem utilizado e que impactos ele gera nas empresas e stakeholders. Desta forma, teremos mais informações para analisar o impacto efetivo da responsabilidade social das empresas no desenvolvimento da sociedade brasileira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADAMS, C. A.; HILL, W. & ROBERTS, C. B. Corporate social reporting practices in Western Europe; legitimating corporate behavior? **The British Accounting Review**, 30(1), 1998, p 1-21.
- ANDRADE, José Célio Silveira; MARINHO, Márcia Mara de Oliveira; CARDOSO, Lígia F. & SALATIEL Mariene. Relatório sócio-ambiental corporativo e produção sustentável. **Anais do XXXVII Congresso Latino-americano de Escolas de Administração (Cladea)**, Porto Alegre, 22 a 25 de outubro de 2002.
- ANEEL - Agência Nacional de Eletricidade. **Resolução 444**. Disponível em www.aneel.gov.br. Sítio acessado em 12 de janeiro de 2003.
- CEBDS - Conselho Empresarial Brasileiro para o Desenvolvimento Sustentável. **Relatório de Sustentabilidade Empresarial – 2002**. Rio de Janeiro: Cebds.
- DIERKES, Meinolf & ANTAL, Ariane Berthoin. The usefulness and use of social reporting information. **Accounting, Organizations and Society**, 10(1), p 29-34.
- ETHOS, INSTITUTO. **Guia de Elaboração do Balanço Social - 2002**. Disponível em www.ethos.org.br. Sítio acessado em 22 de março de 2003.
- FGV – Fundação Getúlio Vargas. As 500 maiores empresas S.A. não-financeiras. **Revista Conjuntura Econômica**, 56(8), agosto de 2002.
- FREIRE, Fátima S. & REBOUÇAS, Tereza R. S. Uma Descrição Sucinta do Balanço Social Francês, Português, Belga e Brasileiro. In: SILVA, César A. T. & FREIRE, Fátima S. (Orgs.), **Balanço Social: Teoria e Prática**. São Paulo: Editora Atlas, 2001.
- GRI – Global Reporting Initiative. **Sustainability Reporting Guidelines on Economic, Environmental and Social Performance, Global Reporting Initiative**. Disponível em www.gri.org. Sítio acessado em 24 de janeiro de 2003.
- HEARD, James E. & BOLCE, William J. The political significance of corporate social reporting in the United States of America. **Accounting, Organizations and Society**, 6(3), 1981, p 247-254.
- HINES, R. D. Financial Accounting: In Communicating Reality, We Construct Reality. **Accounting, Organizations and Society**, 13(3), 1988, p 251-261.
- IBASE - Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas. **Transformando a frieza dos números em responsabilidade social**. Disponível em www.ibase.br. Sítio acessado em 4 de abril de 2003.
- LESSEM, Ronnie. Corporate social reporting in action: An evaluation of British, European and American practice. **Accounting, Organizations and Society**, 2(4), 1977, p 279-294.
- LEWIS, Linda & UNERMAN, Jeffrey. ETHICAL RELATIVISM: A REASON FOR DIFFERENCES IN CORPORATE SOCIAL REPORTING?, **Critical Perspectives on Accounting**, 10(4), 1999, p 521-547.

- LINE, M.; HAWLEY, H.; & KRUT, R. The 2001 Benchmark Survey of the State of Global Environmental and Social Reporting. Disponível em www.csrnetwork.com. Sítio acessado em 28 de setembro de 2002.
- LINE, M.; HAWLEY, H. & KRUT, R. The development of Global Environmental and Social Reporting. *Corporate Environmental Strategies*, 9 (1), 2002, p 69-78.
- MAIGNAN, Isabelle; FERREL, O.C. & HULT, G. Tomas M. Corporate citizenship: Cultural antecedents and business benefits. *Academy of Marketing Science Journal*, 27(4), 1999, p 144-162.
- MARTIN, Roger. The Virtue Matrix. *Harvard Business Review*, 80 (3), 2002, p 66-77.
- McWILLIAMS, Abigail & SIEGEL, Donald. Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification? *Strategic Management Journal*, 21(5), 2000, p 28-39.
- OLIVEIRA, José A. P. (2002). Entendendo as respostas empresariais aos desafios sócio-ambientais no Brasil: Dois estudos de caso. *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão* 1(1), p 56-70.
- PRESTON, Lee E. Research on corporate social reporting: Directions for development. *Accounting, Organizations and Society*, 6(3), 1981, p 255-262.
- RAHAMAN, Abu Shiraz; LAWRENCE, Stewart & ROPER, Juliet. Social and environmental reporting at the VRA: institutionalised legitimacy or legitimization crisis? *Critical Perspectives on Accounting*, 2003 (no prelo).
- ROBERTS, Robin W. A stakeholder approach to the Corporate Single Audit. *Critical Perspectives on Accounting*, 9(2), 1998, p 227-232.
- SHAOUL, Jean. Critical financial analysis and accounting for stakeholders. *Critical Perspectives on Accounting*, 9(2), 1998, p 235-249.
- SIQUEIRA, José Ricardo Maia & VIDAL, Mario Cesar Rodríguez. Mensuração do impacto social das empresas: Uma abordagem qualitativa aos balanços sociais brasileiros. *Anais do XXXV II Congresso Latino-americano de Escolas de Administração (Cladea)* Porto Alegre, 22 a 25 de outubro de 2002.
- SUTTON, S. G. & ARNOLD, V.. Towards a framework for Corporate Single Audit: Meeting financial statement users' needs. *Critical Perspectives on Accounting*, 9(2), 1998, p 177-191.
- TEOH, Hai-Yap & THONG, Gregory. Another look at corporate social responsibility and reporting: An empirical study in a developing country. *Accounting, Organizations and Society*, 9(2), 1984, p189-206

ⁱ No contato telefônico, procuramos conversar diretamente com a pessoa responsável pelo balanço, quando possível. Caso houvesse algum tipo de informação, pedíamos que nos enviassem por e-mail ou correio.

ⁱⁱ *Indicadores Sociais Internos* – Incluem todos os recursos gastos pela empresa em ações sociais dentro da organização, tais como encargos sociais, participação nos resultados, alimentação, previdência complementar, saúde, capacitação, creche e outros.

ⁱⁱⁱ *Indicadores Sociais Externos* – Incluem todos os recursos gastos pela empresa em ações fora da organização, tais como projetos comunitários, investimento em cultura, eventos esportivos e tributos.

^{iv} *Receita Operacional Líquida (ROL)* – Vendas brutas menos devoluções, descontos e impostos incidentes sobre vendas. Representa o poder de mercado da empresa. Nesta publicação utilizamos a ROL referente ao ano de 2001 do Ranking das 500 maiores empresas S.A. não financeiras da revista Conjuntura Econômica (2002).

^v *Participação nos Resultados* – Quantidade de recursos disponibilizados para participação dos empregados nos lucros ou outros resultados dentro empresa. Ele pode variar individualmente de acordo, por exemplo, com o departamento, desempenho pessoal e função da empresa. Cada organização tem seu critério.

^{vi} *Indicadores de Meio Ambiente* - Incluem todos os recursos gastos pela empresa em meio ambiente. Algumas empresas dividiram os investimentos entre projetos relacionados à operação da empresa e projetos externos. Outras não fizeram esta divisão. Em outros casos, as empresas colocaram os projetos ambientais externos junto com os indicadores sociais externos. Nestes casos, não modificamos a tipologia colocada pela empresa.

^{vii} Algumas empresas no grupo das 95 selecionadas para análise não apresentavam resultados completos para alguns itens. Considerou-se estas empresas somente para comparações nos itens que elas apresentaram dados.

^{viii} *Lucro Líquido (LL)* – O resultado final da empresa, após pagamento de impostos, resultado não-operacional, participação dos empregados e outros itens. É o lucro que cabe ao acionista. Nesta publicação utilizamos o LL referente ao ano de 2001 do Ranking das 500 maiores empresas S.A. não financeiras da revista Conjuntura Econômica (edição de agosto de 2002).

^{ix} Este número cresceu em relação ao ano de 1999, quando 44% das empresas publicaram balanços sociais.