

Área temática: Gestão Socioambiental

Estudo dos Investimentos em Responsabilidade Social Empresarial no Brasil À Luz das Políticas Públicas de Incentivos Governamentais

AUTORES

DENISE CARNEIRO DOS REIS BERNARDO

Universidade Federal de Lavras
denisecarneiroprof@yahoo.com.br

JOÃO PAULO DE BRITO NASCIMENTO

Universidade Federal de São João del Rei
jpestudante@yahoo.com.br

CAIO RODRIGUES DO VALE

Universidade Federal de São João del Rei
caiovale@gmail.com

GERMAN TORRES SALAZAR

Universidade Federal de Lavras
german@ufla.br

ALINE FREIRE DE OLIVEIRA MORAES

Universidade Federal de Lavras
alinefreire2000@yahoo.com.br

Resumo

O objetivo do trabalho é revelar se as políticas públicas de incentivos governamentais federais podem - ou não - representar uma motivação importante para a realização de práticas de responsabilidade social voltadas para a sociedade no Brasil. Partindo do levantamento da literatura sobre responsabilidade social, especificamente dos estudos desenvolvidos por Carroll (1991; 1998), e da análise das legislações dos programas de incentivo, chegou-se a um modelo de análise que norteará as reflexões sobre o tema. Assim, de modo a reunir os elementos para abordar satisfatoriamente a hipótese proposta, esse estudo foi organizado da seguinte forma: (1) revisão de literatura e elaboração do modelo teórico que embasa o conceito de responsabilidade social adotado no trabalho; (2) detalhamento do modelo, focando a dimensão social; (3) levantamento dos investimentos feitos pelos setores bancário, energético, siderúrgico e petrolífero voltados para a sociedade; (4) análise dos investimentos, sua evolução e possíveis razões. Por fim, os resultados contribuem para a discussão das motivações das empresas no delineamento das estratégias de investimento em responsabilidade social como também para o debate sobre trocas e interdependências dos atores na sociedade contemporânea.

Abstract

The scope of this paper is to identifying the existence – or not - of relation between Corporate Social Responsibility practices and fiscal incentives in Brazil. The means used for comprehension of this aim were: (1) the analysis of the literature and the construction of a model that enabled us to assess the scope of this paper; (2) description of the social area of the model; (3) identification and description of the social investments in specific activities. We noted that, the Corporate Social Responsibility practices have relation with fiscal incentives in Brazil.

Palavras-chave: Responsabilidade social, incentivos governamentais, políticas públicas.

1 Introdução

As discussões sobre o papel social das empresas remontam, de acordo com a literatura, ao início do século XX (BORGER, 2001; DUARTE; DIAS, 1985; PUPPIM DE OLIVEIRA, 2008; TENÓRIO, 2006). Porém, esses questionamentos intensificaram-se a partir de 1960, quando a sociedade civil norte-americana iniciou um movimento de boicote a aquisição de produtos e ações das empresas que apoiavam a guerra do Vietnã (TINOCO, 1984). Na Europa a sociedade civil também se manifestou exigindo das empresas uma postura mais ética na realização dos negócios como, por exemplo, o movimento estudantil de 1968 na França (DUARTE; DIAS, 1985; TINOCO 2001). Nesse contexto, a realização de ações sociais pelas empresas voltadas para a comunidade e, conseqüentemente, a divulgação dessas ações por meio de relatórios ganhou destaque e tornou-se lei em diversos países europeus. Surgem, então, os primeiros estudos voltados para a formulação do conceito de responsabilidade social.

No Brasil, o termo responsabilidade social ganhou visibilidade na mídia no final da década de 1990, quando também começou a ser incorporado no vocabulário corporativo no país. Atualmente, pode-se dizer que, para as empresas de grande porte, atrelado às atividades fins da organização, o engajamento em ações de responsabilidade social é uma condição *sine qua non* para a realização de negócios. Segundo Kassai (2002, p. 6), “para perpetuar-se, além de cumprir sua missão e buscar o lucro, ou atender a seus objetivos econômicos, a empresa precisa responder aos anseios do ambiente no qual está inserida, ou aos objetivos sociais”.

A propósito, na constelação de vantagens que a adoção de práticas de responsabilidade social pode agregar às organizações salientam-se, nesse trabalho, os incentivos governamentais para a participação das empresas em determinadas atividades. Especificamente, em nível federal, as empresas podem fazer uso dos investimentos realizados em educação, cultura e alimentação para dedução do imposto de renda, por exemplo. E, essa possibilidade pode representar um fator decisivo no estabelecimento das diretrizes dos investimentos em ações de responsabilidade social pelas empresas no país.

Partindo dessa hipótese, este trabalho tem como objetivo principal revelar se as políticas públicas de incentivos governamentais federais podem - ou não - representar uma motivação importante para a realização de práticas de responsabilidade social voltadas para a sociedade. No intuito de elucidar esse questionamento, serão analisados os investimentos em responsabilidade social realizados pelas empresas de capital aberto dos setores bancário, energético, siderúrgico e petrolífero.

Assim, de modo a reunir os elementos para abordar satisfatoriamente a hipótese proposta, este trabalho foi organizado em cinco partes, além desta introdução.

No tópico 2, apresenta-se o embasamento teórico, fundamentado em duas temáticas. Na primeira, “Um novo olhar sobre as organizações: a emergência do conceito de Responsabilidade social empresarial”, são apresentados os fundamentos conceituais e o modelo teórico que embasa o conceito de responsabilidade social adotado no trabalho. Na segunda, “Um convite à participação das empresas em ações sociais: os incentivos governamentais federais” elucidam-se os estímulos oferecidos pelo governo federal para a participação do empresariado brasileiro em práticas sociais direcionadas à sociedade.

O tópico 3 trata dos métodos adotados para a realização do trabalho. Nele estão apresentados o tipo de pesquisa, a hipótese, as variáveis selecionadas e o modelo desenvolvido a partir do referencial teórico que norteia a análise.

No tópico quatro, “Análise dos resultados”, o foco recai na análise das variáveis a partir do modelo proposto. As considerações são apresentadas no tópico cinco, seguidas das referências bibliográficas e do anexo.

2 Problema de Pesquisa e Objetivos

Este trabalho tem o seguinte problema de pesquisa: as políticas públicas de incentivos governamentais federais podem - ou não - representar uma motivação importante para a realização de práticas de responsabilidade social voltadas para a sociedade?

Para alcançar esse objetivo, foram estabelecidos os seguintes objetivos intermediários: (1) com base na revisão de literatura elaborar o modelo teórico que embasa o conceito de responsabilidade social adotado no trabalho; (2) detalhar o modelo, focando a dimensão social; (3) levantar os investimentos feitos pelos setores bancário, energético, siderúrgico e petrolífero voltados para a sociedade; (4) analisar os investimentos, sua evolução e possíveis razões.

Enfim, espera-se que os resultados contribuam para a discussão das motivações das empresas no delineamento das estratégias de investimento em responsabilidade social como também para o debate sobre trocas e interdependências dos atores na sociedade contemporânea.

3 Revisão Bibliográfica

3.1 Um novo olhar sobre as organizações: a emergência do conceito de Responsabilidade social empresarial

. . . all business in a democratic society begins with public permission and exists by public approval.

(Arthur W. PAGE, citado por FITZPATRICK, 2000).

A teoria sobre Responsabilidade Social surgiu na década de 1950, nos Estados Unidos e na Europa. A preocupação dos estudiosos da época girava em torno da excessiva autonomia dos negócios e do poder desses na sociedade, sem a preocupação com as conseqüências negativas de suas atividades. A partir da década de 1960, os estudos se voltaram para a formalização do conceito de responsabilidade social empresarial (RSE), predominando a visão de que a responsabilidade das empresas ultrapassa o objetivo de maximizar lucros (BORGER, 2001).

De acordo com Duarte e Dias (1985, p. 41):

Segundo Howard Bowen, cuja obra é um marco no campo da Responsabilidade Social da Empresa, as primeiras manifestações desta idéia surgiram no início do século, em trabalhos de Charles Eliot (1906), Arthur Hakley (1907) e John Clark (1916). Tais idéias, porém, não tiveram maior aceitação nos meios acadêmicos e empresariais, onde deviam soar - considerando a época - como heresias socialistas.

Pode-se considerar que os estudos voltados para a formulação do conceito de responsabilidade social empresarial tiveram três importantes marcos. O primeiro desses, que corresponde até a primeira metade da década de 1960, trata a responsabilidade social da empresa com enfoque meramente econômico. No segundo marco, que inicia também na década de 1960 e engloba a década seguinte, surgem diálogos de que a empresa possui uma responsabilidade pública, ou seja, além de gerar lucro e empregos há a responsabilidade com o bem estar da comunidade. E, por fim, o terceiro marco compreende os estudos formulados entre 1970 e 1990, voltados para a consolidação do conceito de responsabilidade social

empresarial vigente, no qual a empresa possui responsabilidades tanto com seu público interno quanto com a sociedade (CARROL, 1999; WARTICK; COCHRAN, 1985).

A responsabilidade social pode ser definida como uma tentativa de compatibilizar os interesses e exigências das organizações com os seus diversos *stakeholders*, remetendo a uma cidadania organizacional, no que concerne ao âmbito interno da empresa e, no âmbito externo, à implementação de direitos sociais (SROUR, 2000). Segundo a ótica de Ferrell *et. all.* (2001), a responsabilidade social seria uma espécie de obrigação que a empresa assume junto à sociedade com a única finalidade de maximizar os efeitos positivos e minimizar os impactos negativos gerados por ela.

Uma das tentativas de definição do conceito foi proposta por Carroll (1991), que aponta quatro fases ou dimensões para a responsabilidade social: econômica, legal, ética e filantrópica. Posteriormente, Carroll (1998), ao rever as quatro faces ou dimensões da responsabilidade social, ressaltou que elas são intimamente relacionadas, embora estejam freqüentemente em conflito umas com as outras. Ainda assim, cada uma dessas dimensões não existe separadamente e o conjunto delas significa a adoção da responsabilidade social. Freeman (1984) e Wood (1991) corroboram a afirmação de Carroll (1998) ao considerar as organizações e a sociedade como sistemas interdependentes que operam numa relação de trocas entre si e com os diversos *stakeholders*.

Traçando uma análise dos estudos sobre ética e responsabilidade social empresarial, observa-se que, partindo de uma visão econômica clássica – tão amplamente divulgada por Milton Friedman (1962), de que a empresa socialmente responsável é aquela que responde às expectativas de seus acionistas, ou aqueles que vêem as ações de responsabilidade social empresarial como uma medida que termina por esvaziar a figura do Estado como regulador das questões sociais ou como um recurso de marketing - chega-se à conclusão de que a empresa socialmente responsável é aquela capaz de lidar com as expectativas dos diversos *stakeholders* – atuais e futuros – “na visão mais radical de sociedade sustentável” (ASHLEY, 2005, p. 47; GARCIA, 2004).

3.2 Um convite à participação das empresas em ações de responsabilidade social: as políticas públicas de incentivos governamentais federais

A partir da década de 1980, observou-se no Brasil uma ampliação e consolidação das políticas públicas promovidos pela legislação federal, no intuito viabilizar o aumento e a efetividade da participação das empresas nas demandas sociais e econômicas (GOLDSTEIN, 2007).

Como fruto dessas políticas destacam-se os incentivos governamentais com o objetivo de atender a determinadas demandas da sociedade. A Lei de Incentivo a Cultura - Lei nº 8.313, de 23 de Dezembro de 1991, também conhecida como Lei Rouanet -, tem como propósito captar patrocínio junto às empresas ou pessoas físicas para financiar as atividades culturais que a referida lei contempla, como: peças de teatro, reformas de patrimônio histórico, concertos, publicação de livros, por exemplo. O patrocinador que for parceiro no projeto poderá deduzir de seu imposto de renda parte ou total do valor investido, desde que não ultrapasse um percentual do total do imposto gerado a pagar estipulado em lei (BRASIL, 1991; SOUZA NETO *et. all.*, 2008).

Outro incentivo à participação dos cidadãos e das empresas em ações voltadas para a comunidade é a Lei do Audiovisual, Lei 8.685, de 20 de Julho de 1993, que atrai investimentos para a produção e co-produção de obras audiovisuais e para a infra-estrutura de produção e exibição cinematográfica. Essa lei atua de maneira semelhante à Lei Rouanet e surgiu para aprimorar a destinação de recursos para o cinema brasileiro. A pessoa física ou jurídica que patrocina a produção de um filme incentivado pela Lei do Audiovisual pode deduzir o total do valor patrocinado de seu imposto de renda, contanto que a dedução não ultrapasse 3% do imposto devido (BRASIL, 1993).

De acordo com Goldstein (2007, p. 86): “(...) ainda é por meio das leis de incentivo à cultura que uma grande parte dos projetos e eventos culturais é financiada no Brasil. ...a Lei do Audiovisual e a Lei Rouanet (...) são as mais utilizadas pelas empresas”. Ressalta-se que essas leis são responsáveis por um grande investimento de recursos na economia por meio da indústria cinematográfica e cultural e suas respectivas cadeias de processos e serviços (BRASIL, 2009).

Além dessas legislações, existem outras que integram os programas de políticas públicas de incentivos governamentais federais. O Quadro 1 apresenta, de forma geral, os investimentos em práticas sociais que podem ser deduzidos do imposto de renda, a forma de cálculo e os limites para dedução.

Quadro 1: Investimentos em práticas sociais que podem ser deduzidos no imposto de renda

Políticas públicas	Forma de cálculo	Limite para dedução
Programa de Apoio ao Trabalhador – PAT	15% dos dispêndios; ou R\$1,99 por empregado, dos dois o menor	4%
Operações de Caráter Cultural e Artístico (Lei Rouanet) ⁱ	Total das doações	4%
	A base de cálculo será de 40% de doações e 30% de patrocínios	4%
Incentivos à Atividade Audiovisuais	Valor dos investimentos	1% de janeiro a julho/96 e após, 3%.
Fundos da Criança e Adolescente	Total das doações	1%
Pesquisa e Inovação Tecnológica	Soma algébrica das linhas da ficha 8, 1-5-6-7-8-10-(11x2,5)=base	50%
Desenvolvimento Regional – SUDENE e SUDAM	Receitas das Vendas criada pelo Projeto / Receita de Vendas do Empreendimento = percentual da parcela de redução do IR	Empreendimentos já existentes: 25% em 2008 e 12,5% de 2009/2013. Novos empreendimentos: 50% em 2008 e 25% de 2009/2013.
Aplicações Informais	Soma algébrica do anexo 3, quadro 4 $1+2-5-6-7-8-10-(11x2,5)-(12x2,0)=base$	1%
Incentivo ao Desporto	Total das doações ou patrocínios	1% pessoa física e 6% pessoa jurídica
PDTI/PDTA Programa de Desenvolvimento Tecnológico Industrial e Programa de Desenvolvimento Tecnológico Agropecuário	15% dos dispêndios	4%
Funciança	Doações calculadas na alíquota de 15%	1%
Doações a Instituições de Ensino e Pesquisa	Total das doações Efetuadas	2%
Doações a Entidades Civis sem fins Lucrativos	Total das doações efetuadas	2%
Doações à OSCIP – Organização da Sociedade Civil de Interesse Público	Total das doações efetuadas	2%
Programa de Segurança Alimentar – Fome Zero	Total das doações	4%

Fonte: Elaborado pelos autores, baseado em BRASIL (1999).

Para Goldstein (2007, p. 40):

Nenhum outro país do mundo é tão generoso com o patrocinador como o Brasil. A nossa legislação é a única que, por um caminho ou por outro, permite 100% de abatimento no imposto de renda, fazendo com que o marketing cultural seja bancado, em última instância, pelo dinheiro público (ou, melhor, pelo dinheiro que deixa de ir para os cofres públicos). Como cabe ao governo apenas julgar a documentação dos projetos que recebe, e a palavra final fica com as empresas, menos da metade dos aprovados na Lei Rouanet consegue captar patrocínio.

A autora aborda os benefícios oferecidos pela Lei Rouanet e que podem se estender para a Lei do Audiovisual. E, ainda, índices desfavoráveis quanto ao número de projetos aprovados em relação àqueles que conseguem patrocínios (GOLDSTEIN, 2007; SOUZA NETO *et. all*, 2008).

De acordo com o IPEA (2005, p. 35):

Há um entendimento comum de que o enfrentamento da questão social é tarefa, sobretudo, do poder público e de que o investimento social privado não deve substituir a ação governamental. Entretanto, independentemente da região, encontram-se percepções diferentes quanto ao papel do setor empresarial no combate à pobreza. Assim, a maior parte, mais proativa, defende que o Estado sozinho não é capaz de resolver os problemas sociais e de que as empresas devem fazer sua parte realizando ações que vão além de gerar empregos, pagar impostos e zelar pela qualidade dos produtos ou serviços prestados.

E que (IPEA, 2005, p. 36):

Apesar do entendimento generalizado de que as empresas não pretendem substituir o Estado no atendimento social, na prática, ainda se observam dificuldades, tanto por parte do setor privado como do governo, na formação de parcerias público/privadas

4 Metodologia

4.1 Procedimentos metodológicos

Esta pesquisa possui caráter exploratório, pois busca estabelecer concepções gerais e aproximadas acerca de um fenômeno, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses (Gil, 1991). A pesquisa exploratória é usada em casos nos quais é necessário definir o problema com maior precisão, identificar cursos relevantes de ação ou obter dados adicionais antes que se possa desenvolver uma abordagem (MALHOTRA, 2001).

O início da investigação foi marcado pela seleção do objeto de estudo: as ações de responsabilidade social empresarial. Na seqüência, a análise da literatura pertinente evidenciou que o debate contemporâneo sobre esse tema apresenta dois aspectos convergentes: o reconhecimento dos benefícios dos investimentos em ações de responsabilidade social empresarial para os diversos *stakeholders* envolvidos e a complexidade das relações estabelecidas (contribuições, demandas básicas e oportunidades).

A reflexão sobre esses pontos e o anseio de elucidar a importância das políticas de benefícios para os investimentos em práticas de responsabilidade social empresarial foram determinantes para a seleção dos propósitos deste estudo.

No segundo momento, as ações de responsabilidade social realizadas pelas empresas de capital aberto dos setores bancário energético, siderúrgico e petrolífero no Brasil foram selecionadas, assim como as referências teóricas necessárias para fundamentar a pesquisa. As referências teóricas constituem-se, basicamente, nos conceitos, no perfil dos investimentos, bem como os benefícios para a realização de determinadas práticas de responsabilidade social empresarial.

O terceiro momento desta pesquisa, diz respeito ao detalhamento das técnicas de organização e análise das informações. Nesse momento, articulações entre o referencial teórico e evidências empíricas são estabelecidas visando à satisfação dos objetivos do estudo.

4.2 Modelo conceitual

A pesquisa sobre o universo empresarial, a interpretação e a compreensão dos fenômenos observados seriam impossíveis sem a referência a um modelo. É o modelo que fornece o conjunto de conceitos e de relações que são estabelecidos; ele torna a empresa compreensível por meio da representação. A construção da verdade, ou seu reconhecimento, e a percepção de elementos da realidade são, então, sempre relativas (em relação ao modelo), parciais (porque, naturalmente, os modelos e a conclusão das observações simplificam, mesmo que eles não tenham intenção de fazê-lo) e organizacionais (em compensação, criam uma forma de verdade coerente com o modelo) (PESQUEUX, 2008, p. 25-26).

Por meio da análise da literatura sobre responsabilidade social empresarial e dos incentivos à participação do empresariado nos programas que possuem deduções do imposto de renda, desenvolveu-se o modelo teórico para análise das contribuições, demandas básicas, oportunidades e benefícios gerados pela relação entre a empresa socialmente responsável e seus diversos *stakeholders*, como demonstrado na Figura 1.

O modelo proposto contempla três dimensões: empresa, governo e sociedade. A empresa, neste trabalho, é estudada como o ator que investe em práticas de responsabilidade social. Por sua vez, a sociedade – que contempla as dimensões empresa e governo - configura-se como ator beneficiário das ações de responsabilidade social realizadas pelas empresas. E, por último, a dimensão governo, ator que oferece os incentivos governamentais para determinadas práticas sociais, e que podem, dependendo do contexto, se configurar como práticas de responsabilidade social. As três dimensões operam num contexto de trocas e interdependências no qual estabelecem entre si relações de apoio para a satisfação das suas demandas básicas e, em contrapartida, geram oportunidade e recebem benefícios.

Pela aplicação desse modelo nos setores bancário, energético, siderúrgico e petrolífero espera-se verificar se as ações contempladas com deduções do imposto de renda podem apontar para a existência de alguma relação entre as diretrizes de investimentos em responsabilidade social empresarial e essas deduções (Figura 1).

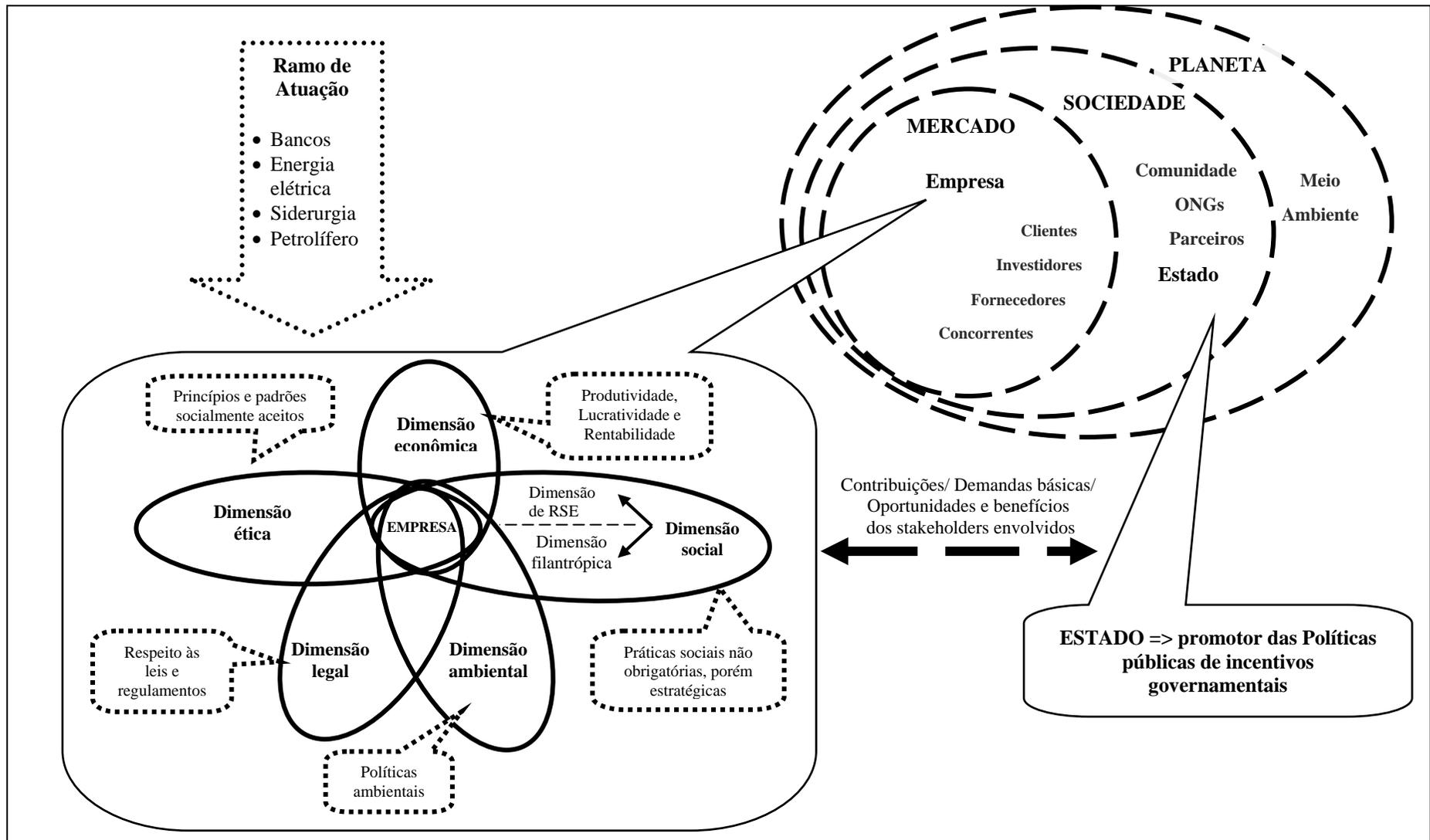


Figura 1: Inserção das variáveis analisadas no modelo teórico para análise das contribuições, demandas básicas e oportunidades geradas a partir da relação entre a empresa socialmente responsável e seus diversos *stakeholders*.

Fonte: Elaborada pelos autores, 2009.

No intuito de contribuir com a discussão sobre uma possível relação entre as diretrizes de práticas de responsabilidade social e as ações que tem dedução de imposto, levantou-se os investimentos feitos pelos setores em estudo que podem ter sido contemplados com esses incentivos governamentais (Tabela 1).

Tabela 1: Relação entre as políticas públicas que possuem incentivos governamentais e as demandas sociais.

Políticas públicas direcionadas para a sociedade		Investimentos analisados
Operações de Caráter Cultural e Artístico (Lei Rouanet)	➔	Cultura
Incentivos à Atividade Audiovisuais	➔	Cultura (cinematográfica)
Fundos da Criança e do Adolescente	➔	Creche, Educação e Lazer
Incentivo ao Desporto	➔	Esporte e Lazer
Funcriança	➔	Creche e Educação
Segurança Alimentar e Combate a Fome	➔	Alimentação

Fonte: Elaborada pelos autores, 2009.

Os valores investidos em práticas sociais dos setores bancário, energético, siderúrgico e petrolífero foram coletos nos balanços sociais das empresas estudadas. A análise compreende o período entre 1996 e 2007. Em um segundo momento, os relatórios de administração das respectivas empresas foram consultados com o objetivo de auxiliar na elaboração dos resultados.

5 Análise dos Resultados

Para a realização desse trabalho foram analisados os investimentos em seis práticas de responsabilidade social direcionadas a comunidade externa, ou seja, os investimentos realizados em cultura, educação esporte, lazer, creche e alimentação. A amostra é composta por 43 empresas distribuída entre os setores bancário, energético, siderúrgico e petrolífero. As informações relativas sobre as empresas analisadas de acordo com o setor, bem como os anos estudados podem ser visualizadas no Anexo 1.

A tabela 2 apresenta as práticas de responsabilidade social que possuem incentivos governamentais para a sua realização, de acordo com os anos analisados.

Tabela 2: Práticas de responsabilidade social passíveis de dedução analisadas nesse trabalho por ano de investimento

Ano	Cultura	Educação	Esporte	Lazer	Creche	Alimentação
1996	-	324	-	-	-	-
1997	-	19.748	60	-	1.407	-
1998	2.583	47.441	348	-	1.541	-
1999	4.053	63.702	182	-	1.174	-
2000	53.947	36.306	21.084	3.293	-	10.126
2001	106.793	99.763	27.715	4.445	204	5.146
2002	113.198	95.439	48.827	25	-	5.668
2003	307.920	396.887	273.047	-	242	32.382
2004	364.034	258.257	96.671	-	1.252	42.122
2005	524.309	195.557	89.355	133	-	214.115
2006	526.038	219.380	126.053	-	-	1.838.111

2007	1.017.870	901.977	387.702	3.344	4.346	1.970.676
Total	3.020.745	2.334.781	1.071.044	11.240	10.166	4.118.346

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

Observando a tabela 2 pode-se verificar que as empresas que compõem a análise destinaram maiores recursos financeiros aos programas voltados para alimentação, cultura e educação.

Entretanto, focando a análise na evolução dos investimentos observa-se uma tendência crescente de recursos destinados especialmente as ações culturais. De forma geral, essa tendência também pode ser verificada nos investimentos em ações voltadas para educação e esporte. Nesse ponto, cabe destacar a alteração das diretrizes das empresas estudadas quanto aos investimentos em alimentação. Entre os anos de 1996 e 1999, não havia nenhum investimento nessa ação voltado para a sociedade. Em 2000 aparecem os primeiros investimentos e que são reduzidos a praticamente a metade em 2001 e 2002. Porém, a partir de 2003 houve um forte crescimento dos investimentos em alimentação. A propósito, comparando o total dos recursos destinados à sociedade externa as empresas verifica-se a supremacia dos montantes destinados a essa ação, seguido dos investimentos em cultura, educação, esporte, lazer e creche.

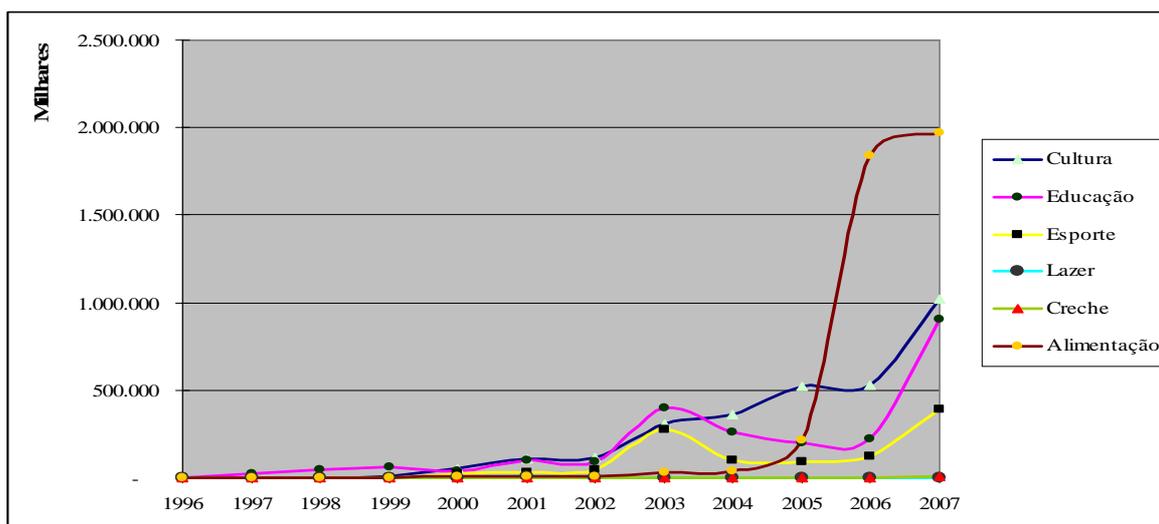


Gráfico 1: Comparativo dos investimentos em práticas de responsabilidade social passíveis de dedução analisadas nesse trabalho de acordo com o ano de investimento

Fonte: Dados da pesquisa, 2009.

O Gráfico 1 apresenta um comparativo dos investimentos em práticas de responsabilidade social passíveis de dedução analisadas nesse trabalho. Observando-se a evolução dos investimentos das ações em estudo, percebe-se a significativa evolução do montante destinado a alimentação, principalmente a partir de 2005.

Aprofundando essa análise, destaca-se que no ano de 2004 foi homologada a lei federal que instituiu o Programa Fome Zero. Essa legislação beneficia com dedução no imposto de renda as pessoas físicas e jurídicas que fazem doações ao programa, conforme já fora demonstrado no Quadro 1.

Resgatando a trajetória do Programa Fome Zero, observa-se que ele surgiu de um projeto homônimo que pertencia a uma entidade filantrópica, apoiada por algumas empresas, desde o ano de 2000. Traçando um paralelo diante desse contexto verifica-se que a partir da institucionalização do Programa Fome Zero pelo governo federal houve uma alavancagem nos recursos investidos.

Ressalta-se que, além do benefício da dedução, as empresas que apóiam atividades culturais têm uma maior visibilidade por meio da divulgação das suas marcas em eventos, filmes, shows e peças teatrais.

O ano de 2005 representa um “ano-chave” no tocante as destinações de recursos monetários das empresas dos setores bancário, energético, siderúrgico e petrolífero voltadas para as práticas sociais que tem a sociedade como beneficiária.

De modo geral, os resultados das análises convergem para a existência de uma significativa relação entre benefícios governamentais e investimentos em ações destinadas para a comunidade externa à empresa. Assim, os montantes direcionados aos projetos que possuem deduções ratificam a hipótese formulada, ou seja, de que os incentivos governamentais podem representar um fator considerável na formulação das estratégias de investimentos em ações de responsabilidade social.

6 Conclusão

As análises dos investimentos em práticas de responsabilidade social realizados pelas empresas dos setores bancário, energético, siderúrgico e petrolífero corroboram com a hipótese de que os incentivos oferecidos pelo governo, como a dedução do imposto de renda, podem representar uma motivação importante para a realização de ações voltadas para a comunidade no Brasil.

Assim, na constelação de vantagens que a adoção de práticas de responsabilidade social pode agregar às organizações, pode-se acrescentar àquelas oriundas da relação entre a empresa socialmente responsável, o estado e a sociedade. Nessa relação, o estado oferece os incentivos governamentais, a empresa investe e todos ganham.

Cabe ressaltar que o estudo teve também como objetivo oferecer idéias, levantar questionamentos, colocar em xeque as reais motivações no delineamento das estratégias de investimento em responsabilidade social empresarial e, por fim, abrir caminho para compreender as trocas e as interdependências dos atores na sociedade contemporânea.

Nesse contexto, algumas questões ainda merecem resposta: Os incentivos governamentais representam efetivamente um fator importante no estabelecimento das estratégias de investimento em responsabilidade social nas empresas de grande porte? Há relação causal entre controle acionário e investimentos em ações sociais?

7 Bibliografia

ASHLEY, P. A. - Coordenação. **Ética e responsabilidade social nos negócios**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

BERNARDO, D. C. R. **Investimentos em responsabilidade social**: um estudo dos balanços sociais publicados pelas sociedades anônimas de capital aberto no Brasil. 2005. Dissertação (Mestrado em Administração) – Departamento de Administração e Economia, Universidade Federal de Lavras, Lavras/MG.

BORGER, F. G. **Responsabilidade social: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial**. 2001. Tese (Doutorado em Administração) - Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo, São Paulo.

BRASIL. **Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991** - Restabelece princípios da Lei nº 7.505, de 2 de julho de 1986, institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8313cons.htm>. Acesso em: 03 fev. 2009.

BRASIL. **Lei nº 8.685, de 20 de julho de 1993** - Cria mecanismos de fomento à atividade audiovisual e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8685.htm>. Acesso em: 05 jan. 2009.

BRASIL. Receita Federal do Brasil. **Regulamento do imposto de renda/RIR/99**. Decreto nº 3.000, de 26 de março de 1999. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/Legislacao/RIR/default.htm> . Acesso em: 03 dez. 2008.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Salicnet**: captação de recursos totais para cultura. Disponível em: <http://sistemas.cultura.gov.br/salicnet/Salicnet/Salicnet.php>>. Acesso em: 27 abr. 2009.

CARROL, A. B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organization stakeholders. **Business Horizons**, New York, Elsevier, v.34, n.4, p.39-48, July/Aug. 1991.

CARROL, A. B. The four faces of corporate citizenship. **Business and Society Review**, [S.I.], v.100, [s.n.], p.1-7, 1998.

CARROLL, A. B. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. **Business & Society**, v. 38, n.3, p. 268 – 295, set. 1999.

DUARTE, G. D.; DIAS, J. M. **Responsabilidade social**: a empresa hoje. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos, 1985. 139 p.

FERREL, O. C.; FRAEDRICH J.; FERREL, L. **Ética empresarial**: dilemas, tomadas de decisão e casos. Rio de Janeiro: Reichmann & Affonso Ed., 2001.

FITZPATRICK, K. CEO views on corporate social responsibility. **Corporate Reputation Review**, v. 3, n. 4, 2000, pp. 292 - 302. University of Florida: America Units Stations.

FREEMAN, R. E. **Strategic management**: a stakeholder approach. Pittman Publishing Inc., Marshfield (MA), 1984.

GARCIA, J. **O negócio do social**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1991.

GOLDSTEIN, I. **Responsabilidade social**: das grandes corporações ao terceiro setor. São Paulo: Ática, 2007.

IINSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISES SOCIAIS E ECONÔMICAS E (Ibase). **Balanco Social**. Disponível em: <http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acesso em: 03/04/ 2009.

INSTITUTO DE PESQUISA ECÔNICA APLICADA (IPEA). **Ação social das empresas do Centro-Oeste**: quem são e onde estão, em 2004. Diretoria de Estudos Sociais - DISOC. Brasília, 2005.

KASSAI, S. **Utilização da análise por envoltória da dados (DEA) na análise de demonstrações contábeis**. 2002. Tese (Doutorado em Contabilidade e Controladoria) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade - Universidade de São Paulo, São Paulo.

MACHADO, C.; ZYLBERSTAJN, Décio. A empresa socialmente responsável: o debate e as implicações. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo [RAUSP]**, São Paulo, v.39, n. 3, p. 242-254, jul./set. 2004.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing**: uma orientação aplicada. Trad. Nivaldo Montingelli Jr. E Alfredo Alves de Farias. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

PESQUEUX, Yvon. **Filosofia e organizações**. Trad. Marcela Vieira. São Paulo: Cengage Learning, 2008 (Coleção Debates em Administração).

PUPPIM DE OLIVEIRA, J. A. **Empresas na sociedade**: Sustentabilidade e Responsabilidade Social. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

SOUZA NETO, A. F.; OLIVEIRA, A. M.B.; MIRANDA ROSA, V. A.. Para o Marketing, a Cultura; Para a Cultura, a Lei: Um Levantamento Sobre a Utilização de Incentivos Municipais à Cultura Junto a Empresas da Cidade de Natal. In: ENCONTRO DA ANPAD - ENANPAD, 32., 2008, Rio de Janeiro. **Anais**. Salvador: ANPAD, 2008. [CD-ROM].

SROUR, R. H. **Ética empresarial**: posturas responsáveis nos negócios, na política e nas relações pessoais. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

TENÓRIO, F. G. **Responsabilidade social: teoria e prática**. 2. ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

TINOCO, J. E. P. **Balanço social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações**. São Paulo: Atlas, 2001.

TINOCO, J. E. P. **Balanço social: uma abordagem sócio-econômico da contabilidade**. 1984. Dissertação (Mestrado em Contabilidade e Controladoria) - Faculdade de Economia e Administração -, Universidade de São Paulo, São Paulo.

WARTICK, S. L; COCHRAN, P. L. The evolution of the corporate social performance model. **Academy of management Review**, v. 10, n. 4, p. 758 – 769, 1985.

WOOD, D. J. Corporate social performance revisited. **Academy of management Review**, v. 16, n. 4, p. 691 – 718, 1991.

ANEXO 1

QUADRO 2 Setores, empresas e anos estudados nesse trabalho

Setor	Empresa	Anos estudados
Bancário	Amazônia	2000, 2001, 2002, 2003, 2004
	Banrisul	2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005
	Besc	2005, 2006
	Bradesco	2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006
	Brasil	1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006
	Brb banco	2005, 2006
	Itaú	1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006
	Santander BR	2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006
	Unibanco	2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006
	Votorantim	2003, 2004, 2005, 2006
Energético	Aes sul	1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007
	Aes Tiete	2006, 2007
	Ampla	2003, 2004, 2005, 2006, 2007
	Ceb	1996, 1997, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005
	Ceee	2004, 2005
	Celesc	2002, 2003, 2004, 2005, 2006
	Celg	1996, 1997, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007
	Celpa	1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006
	Celpe	2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007
	Cemat	1996, 1997, 1998, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006
	Cemig	2002, 2003, 2004, 2005
	Cesp	1996, 1997, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005
	Coelba	2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007
	Coelce	2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007
	Copel	1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007
	Cosern	2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007
	Cpfl energia	2004, 2005, 2006
	Cpfl geração	2000, 2001, 2002, 2003
	Cpfl Piratininga	2001, 2002, 2003
	Elektro	2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006
	Eletrobrás	1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006
	Eletropaulo	1998, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007
	Enersul	2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006
	Escelsa	1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006
	Investco	2005, 2006
	Itapebi	2003, 2004, 2005, 2006, 2007
Light	1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005	
Termope	2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007	
Tractebel	2001, 2002, 2003, 2004, 2005	
Siderúrgico	Gerdau	2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005
	Usiminas	1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007
Petrolífero	Petrobras	1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007

Fonte: DADOS DA PESQUISA (2009).

ⁱ Existem duas formas para se apurar a base de cálculo da dedução no imposto de renda para as ações contempladas na Lei Roaunet (art. 26).