

ÁREA TEMÁTICA: GESTÃO SOCIOAMBIENTAL

INVESTIMENTOS SOCIAIS E RIQUEZA GERADA PELAS EMPRESAS: UMA ANÁLISE A PARTIR DO BALANÇO SOCIAL

AUTORES

ROBERTO DO NASCIMENTO FERREIRA

Universidade Federal de São João del-Rei
robertof@ufsj.edu.br

ELAINE APARECIDA ARAÚJO

Universidade Federal de Pernambuco
elaineadc@yahoo.com.br

LUIZ MARCELO ANTONIALLI

Universidade Federal de Lavras
lmantonialli@uol.com.br

GERMAN TORRES SALAZAR

Universidade Federal de Lavras
german@ufla.br

ANTÔNIO CARLOS DOS SANTOS

Universidade Federal de Lavras
acsantos@ufla.br

RESUMO

Não há ainda unanimidade quanto ao papel social das empresas, mas a responsabilidade social tem representado para muitas um diferencial nas relações com os *stakeholders*. Para demonstrar a sua atuação social, as empresas têm recorrido à publicação de Balanços Sociais, que é um demonstrativo que evidencia as informações acerca da responsabilidade social e ambiental das mesmas empresas, através de um conjunto de informações de caráter econômico, financeiro e social de interesse das partes interessadas. Parte dessas informações é disponibilizada através da Demonstração de Valor Adicionado, que permite visualizar a função social das empresas, explanando como se criou e distribuiu riqueza entre fornecedores de capital, recursos humanos e governo. O objetivo deste trabalho foi investigar a relação entre a riqueza gerada e os investimentos sociais realizados pelas empresas, através da análise dos balanços sociais publicados nos anos de 2004 e 2005. Os resultados identificaram que, de modo geral, os investimentos sociais (internos, externos e ambientais) realizados pelas empresas estão relacionados positivamente com o valor econômico gerado por elas na sociedade. Da mesma forma, verificou-se que, especificamente, os indicadores “investimentos ambientais internos”, “encargos sociais”, “saúde”, “capacitação”, “participação nos lucros” e “cultura” possuem associação mais intensa com a geração de valor econômico.

Palavras chave: balanço social; demonstração do valor adicionado, riqueza gerada.

ABSTRACT

There isn't unanimity about the social role of companies, but the social responsibility represents for many people, a kind of differential in the relations with stakeholders. To demonstrate their social performance, companies have been publishing the Social Balance Sheet, which is a demonstration that point out information about the social and environmental responsibility of these companies, through a set of information with economic, financial and social features that can be useful for all concerned parts. Part of this information is available through the Value Added Demonstration, which allows the viewing of the social role of companies, explaining how wealth is created and distributed among capital suppliers, human resources and government. The objective of this study was to investigate the relationship between wealth generation and social investments made by companies, by analyzing their social balance sheets published between the years 2004 and 2005. The results identified that, in general, social investments (internal, external and environmental) made by companies are positively related to their economic value generation in society. Similarly, we specifically noticed that the "internal environmental investments" indicators, "social charges", "health", "training", "participation in profits" and "culture" are more intensively associated with economic value generation.

Keywords: social balance, value added demonstration, generated wealth.

1. INTRODUÇÃO

A responsabilidade social tem representado, nos últimos anos, um novo diferencial para o setor empresarial em suas relações com todos os seus stakeholders ou partes interessadas. Essas relações eram caracterizadas pela prática eventual da filantropia, fato que apresenta mudança nos últimos tempos. As empresas vêm assumindo uma posição de protagonistas sociais, onde as ações sociais passam a ser definidas em função de uma estratégia estabelecida, e os resultados quantificados e avaliados a partir de indicadores determinados no planejamento.

Porém, mesmo que não haja unanimidade quanto ao papel social das empresas, diversas são as situações nas quais se vê muitas empresas se preocupando em ajudar e contribuir para a sociedade. Exemplos são os projetos voltados para a educação infantil, cultura, meio ambiente, erradicação do trabalho infantil, assistência à saúde e a pessoas idosas etc.

Neste contexto, como forma de demonstrar a sua atuação social, as empresas têm recorrido à publicação de relatórios de cunho social, sendo o Balanço Social - BS o instrumento mais comumente utilizado. Este é um demonstrativo cuja finalidade é evidenciar as informações acerca da responsabilidade social e ambiental da empresa, através de um conjunto de informações econômicas e sociais que demonstrem a atuação em benefício da sociedade. Dentre os modelos de BS existentes no Brasil, o modelo do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - IBASE constitui o mais conhecido e mais utilizado.

O BS apresenta, assim, a função de mostrar à sociedade uma série de informações de caráter econômico, financeiro e social de interesse das partes interessadas, sendo um de seus objetivos fornecer transparência e comunicar informações que satisfaçam as necessidades de quem dele precisa. Parte dessas informações pode ser disponibilizada através da Demonstração de Valor Adicionado-DVA, que constitui uma forma de visualizar a função social das empresas, explanando como se criou e distribuiu riqueza entre fornecedores de capital, recursos humanos e governo (MARTINS, 2003).

Diante do exposto, presume-se que há uma relação entre a riqueza gerada e os investimentos sociais realizados pelas empresas. Desta forma, o objetivo geral deste trabalho é buscar identificar como se associam essas variáveis. Em termos específicos, pretende-se:

- identificar de que forma os indicadores de investimentos sociais internos, externos e ambientais se correlacionam com o valor econômico gerado pelas empresas;
- verificar quais indicadores de investimentos sociais possuem associação mais intensa com a geração de valor econômico;
- investigar se existem diferenças no perfil de investimento social e valor econômico gerado pelas empresas em relação ao porte, medido pela receita operacional líquida;

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Responsabilidade Social

A discussão sobre a responsabilidade social das empresas ocupa um espaço cada vez maior, tanto no meio empresarial como no meio acadêmico. Diversos casos e exemplos são focados pela mídia, demonstrando que um grande número de empresas realmente tem se preocupado em tentar ajudar as comunidades onde atuam, ou a sociedade como um todo. Através de projetos voltados para a educação infantil, cultura, meio ambiente, erradicação do trabalho infantil, assistência a saúde e a pessoas idosas etc., realizam um conjunto de ações, que afetam todas as partes relacionadas. Um aspecto importante a ressaltar, segundo Arnt (2003), é que as empresas deixaram de lado a filantropia eventual para uma posição de protagonistas sociais, onde as ações sociais são definidas em função de uma estratégia estabelecida. Assim, os resultados passam a ser quantificados e avaliados a partir de indicadores determinados no planejamento.

Ashley e Cardoso (2002) salientam que em virtude da maior conscientização do consumidor e a conseqüente procura por produtos e práticas que gerem melhoria para o meio ambiente ou para a comunidade, valorizando aspectos éticos ligados à cidadania, o mundo empresarial vê na responsabilidade social, uma nova estratégia para aumentar seu lucro e potencializar seu desenvolvimento. A conceituação do que seja responsabilidade social é abrangente e desta forma pode-se citar estes autores que a definem:

como o compromisso que uma organização deve ter para com a sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente, de modo amplo, ou a alguma comunidade, de modo específico, agindo proativamente e coerentemente no que tange a seu papel específico na sociedade e a sua prestação de contas para com ela. A organização, nesse sentido, assume obrigações de caráter moral, além das estabelecidas em lei, mesmo que não diretamente vinculadas a suas atividades, mas que possam contribuir para o desenvolvimento sustentável dos povos. Assim, numa visão expandida, responsabilidade social é toda e qualquer ação que possa contribuir para a melhoria da qualidade de vida da sociedade (ASHLEY e CARDOSO, 2002, p. 6)

Porém não há uma unanimidade quanto ao papel social das empresas, com opiniões favoráveis e desfavoráveis. A corrente daqueles que são contrários às empresas desenvolverem ações sociais baseia-se nos conceitos de direitos de propriedade (de Friedman) e na função institucional (de Leavitt). O argumento de Friedman é que a direção da empresa, como agente dos acionistas, não têm o direito de fazer nada que não atenda ao objetivo de maximização dos lucros, mantidos os limites da lei. Agir diferente é uma violação das obrigações morais, legais e institucionais da direção da corporação. Outras instituições, como governos, igrejas, sindicatos e organizações sem fins lucrativos, existem para atuar sobre as funções necessárias ao cumprimento da responsabilidade social corporativa (ASHLEY, 2005).

Já os argumentos a favor vêm, principalmente, da área acadêmica Negócios e Sociedade (ASHLEY, 2005), na qual se destacam os trabalhos de Carrol, Donaldson e Dunfee, Frederick e Wood. Duas abordagens são consideradas. Uma tendo por base argumentos éticos, os quais derivam de princípios religiosos e das normas sociais prevalecentes, pois consideram que as empresas e as pessoas que nelas trabalham deveriam se comportar de maneira socialmente responsável por ser a ação moralmente correta, mesmo que envolva despesas improdutivas para a companhia. Os outros argumentos, da chamada linha instrumental, consideram que há uma relação positiva entre o comportamento socialmente responsável e o desempenho econômico da empresa. Destaca Keeler (2002) que ao assumir uma postura socialmente responsável, as empresas também passam a ter compensações, como o melhor acesso ao capital, menores prêmios de seguros, menor *overhead*, melhora na imagem, maiores vendas e melhores relações com empregados, além de que as alienações podem ser facilitadas devido ao menor risco percebido.

2.2 Balanço Social

Há alguns anos, começou a surgir uma conscientização sobre a necessidade de tornar público, além do desempenho econômico-financeiro, também o desempenho social das empresas, como forma de mostrar à sociedade o comprometimento social das organizações e a responsabilidade que pesa sobre quem as dirige (MENDES, 1997; PEROTTONI E CUNHA, 1997). O BS tem sido o instrumento defendido por pesquisadores, estudiosos e políticos e utilizado por diversas empresas, para demonstrar o desempenho social das mais diversas organizações, tratando-se de,

uma demonstração da responsabilidade social, ecológica e gestional, composta por um conjunto de informações econômicas e sociais, que tem como objetivo divulgar as informações quantitativas e qualitativas sobre o desempenho econômico-financeiro-social das empresas e sua atuação em benefício da sociedade (FERREIRA, 1999, p. 27).

Em sua concepção mais ampla, o BS envolve, na visão de Ribeiro e Lisboa (1999), a demonstração da interação da empresa com os elementos que a cercam ou que contribuem para a sua existência, incluindo o meio ambiente natural, a comunidade, a economia local e os recursos humanos.

O BS é publicado por algumas empresas dos EUA desde o início da década de 1960. A França foi o primeiro país a tornar obrigatória a elaboração do BS das empresas. A obrigatoriedade de publicação do BS também existe em Portugal e na Bélgica. Já em países como a Alemanha, a Holanda e a Grã-Bretanha, mesmo não havendo uma prescrição legal, a prática de publicação de relatórios sociais é comum há algum tempoⁱ.

No Brasil, a discussão sobre o comportamento ético das empresas teve início nos anos 1960, com a criação da Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas – ADCE, que no ano de 1977 teve o BS como tema central de seu 2º Encontro Nacional. Em 1984 a Nitrofertil (BA) publicou o primeiro BS de uma empresa brasileira. Em meados da década de 1980, foi publicado o relatório de atividades sociais do sistema Telebrás e, em 1992 o Banco do Estado de São Paulo – BANESPA - publicou um relatório completo de suas ações sociais.

Essas iniciativas incentivaram a primeira tentativa de “legalizar” a publicação do BS no Brasil, tendo o senador Valmor Campelo em 1991 encaminhando ao Congresso Nacional um anteprojeto propondo a publicação do BS, o qual foi aprovado no Senado e rejeitado na Câmara dos Deputados.

Porém, o grande incentivo à publicação do BS pelas empresas coube ao sociólogo Herbet de Souza, o Betinho, por intermédio do IBASE, que no início ano de 1997 começou uma campanha propondo às empresas divulgarem o BS. A empreitada de Betinho surtiu efeito, com diversas empresas passando a publicar o BS. Como consequência deste movimento, em 1997, a Comissão de Valores Mobiliários – CVM, através de uma instrução normativa, indicava que as empresas de capital aberto deveriam publicar o BS anualmente.

Ocorreram outras tentativas de regulamentação da publicação do BS. Em 1997 foi apresentado pelas deputadas federais Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling o Projeto de Lei nº 3.116, estabelecendo a obrigatoriedade da publicação do BS para todas as empresas privadas com mais de 100 empregados e para todas as empresas públicas, concessionárias e permissionárias de serviços públicos, com qualquer número de empregados. Na mesma linha, em 1999 o deputado Paulo Rocha apresentou o Projeto de Lei nº 32, basicamente uma representação do PL nº 3116/97 e, em 2003, foi apresentado pelo deputado Bispo Rodrigues (PL-RJ) o Projeto de Lei nº 1.305/2003, cujo objetivo era a regulamentação da responsabilidade social das sociedades empresariais nacionais e estrangeiras que atuam no Brasil. Todos os projetos não chegaram à votação em plenário.

Em que pese que essas iniciativas de regulamentar a publicação do BS a nível nacional não lograram êxito, não impediu que alguns Estados e Municípios criassem uma legislação incentivando a publicação do BS, através da concessão de prêmios e homenagens. Como exemplo, tem-se a Lei nº 11.440, de 18/01/2000 do Estado do Rio Grande do Sul, a Resolução nº 005/98 do Município de São Paulo, a Lei nº 7.672/98 do Município de Santo André – SP, através, o Decreto Legislativo nº 118 do Município de Uberlândia – MG. Além dessas, há iniciativas como a do Município de João Pessoa – PB que instituiu o Selo Herbert de Souza, a ser conferido para aquelas empresas que publicarem o Balanço Social com qualidade; e a do Município de Porto Alegre – RS que criou o Balanço Social das empresas nele estabelecidasⁱⁱ.

2.3 Modelo de Balanço Social

Desde a campanha realizada por Betinho em 1997, um grande número de empresas brasileiras passou a publicar Balanços Sociais. Porém discute-se se essas publicações são em função de realmente demonstrar o comprometimento ético e social da organização, com um nível de transparência enobrecedor, ou apenas com o intuito de divulgar o BS como mais uma

peça do *marketing* empresarial. Assim, tem-se que algumas empresas publicam o BS junto com as demonstrações contábeis. Já outras têm elaborado relatórios específicos; alguns, inclusive, com alto grau de sofisticação na apresentação.

Não há ainda, porém, um modelo único de BS. Muitos pesquisadores e estudiosos têm defendido a idéia da adoção de um padrão internacional, que torne comparáveis os relatórios de diferentes empresas. Conforme salienta Torres (2001), “um modelo único de Balanço Social, simples e objetivo, vai permitir a utilização de parâmetros iguais e a comparação do desempenho das empresas por parte dos consumidores, investidores e da sociedade em geral”.

Fazemos coro a essa proposta, desde que, porém, ela não venha como uma imposição legal. Não se pode resumir a apresentação do BS a uma mera formalidade burocrática de preenchimento de formulários. Pelo contrário, as empresas devem fazer a opção pela publicação do BS como uma imposição da sociedade civil. Deve-se privilegiar a transparência e a prática da ética perante a sociedade. Pois, como afirma Perottoni (1998), não deveria existir uma legislação que tornasse obrigatória a divulgação das atividades sociais realizadas pelas empresas. A publicação não deveria ser compulsória, sendo que a receptividade e os resultados obtidos junto ao público seriam fatores motivadores. Preestabelecer normas faz com que as informações se limitem somente ao estritamente exigido pela legislação, colocando em risco o que se busca, que é uma relação direta e livre entre capital e trabalho.

Dentre os modelos de balanço social existentes no Brasil, o modelo IBASE constitui o mais conhecido e mais utilizado. O modelo foi lançado em 1997, representando a tentativa de se ter um padrão único e simplificado para evidenciar as ações de responsabilidade social das organizações, estimulando todas as empresas a divulgar seu BS, independente do tamanho e setor (IBASE, 2009). Ao possibilitar a divulgação e avaliação das atividades sociais exercidas pelas empresas, bem como permitir a análise evolutiva e comparativa das empresas no âmbito social, objetiva-se, em última instância, incentivar as práticas corporativas voltadas ao combate dos grandes desequilíbrios sociais existentes no país.

Segundo o Ibase (2009), a não adoção de um padrão mínimo na apresentação das informações dificulta a avaliação da função social da empresa. Os indicadores desenvolvidos ajudam as análises comparativas da própria empresa ao longo do tempo ou entre outras do mesmo setor. Torres e Mansur (2008) corroboram essa afirmação ao esclarecerem que o objetivo principal de um modelo único de balanço social é fazer com que o documento permita comparabilidade e também não perca suas principais características: a simplicidade e o fácil entendimento.

A empresa, ao divulgar o BS no modelo sugerido, deve fazê-lo como forma de apresentar periodicamente à sociedade suas ações e sua evolução no tratamento de temas relevantes ao contexto socioambiental brasileiro: educação, saúde, preservação do meio ambiente, contribuições para a melhoria da qualidade de vida e de trabalho de funcionários e funcionárias, valorização da diversidade, desenvolvimento de projetos comunitários, combate à fome e criação de postos de trabalho (TORRES e MANSUR, 2008).

Em 1998, para estimular a participação de um maior número de empresas, o IBASE lançou o Selo Balanço Social Ibase/Betinho. O selo é conferido anualmente a todas as empresas que publicam o balanço social no modelo sugerido pelo instituto, dentro da metodologia e dos critérios por ele propostos. Através deste selo as empresas podem mostrar - em seus anúncios, embalagens, balanço social, sites e campanhas publicitárias - que investem em educação, saúde, cultura, esportes e meio ambiente.

O modelo IBASE constitui-se de uma planilha composta por indicadores quantitativos referentes às informações sobre investimentos financeiros, sociais e ambientais. Algumas dessas informações são facilmente coletáveis no sistema contábil e de gestão de pessoal da própria companhia. Outras informações mais abrangentes sobre como a empresa gera suas ações sociais são solicitadas por meio de alguns indicadores qualitativos, que representam a

profundidade e o processo em algumas das ações internas e externas. A organização que adota esse tipo de balanço anual passa a ter, em uma única ferramenta de gestão, um grupo de informações sistematizadas que são divulgadas a seus públicos de interesse e para a sociedade em geral (TORRES e MANSUR, 2008).

O modelo está dividido em sete grandes grupos que evidenciam informações diversas sobre a empresa (IBASE, 2009; TORRES e MANSUR, 2008) e que serão expostos a seguir:

1. Base de cálculo: evidencia dados financeiros e contábeis das empresas - receita líquida, resultado operacional e folha de pagamento bruta. Essas informações servem de base de cálculo para grande parte dos dados apresentados, informando o impacto dos investimentos nas contas da empresa, permitindo a comparação entre empresas e setores ao longo dos anos.
2. Indicadores sociais internos: nesta parte são apresentados todos os investimentos sociais internos que a empresa realiza para beneficiar a comunidade interna - funcionários. Exemplos desses investimentos são: alimentação, encargos sociais compulsórios, previdência privada, saúde, segurança e medicina no trabalho, educação, cultura, capacitação e desenvolvimento profissional, creches ou auxílio-creche, participação nos lucros ou resultados etc.
3. Indicadores sociais externos: investimentos sociais que a empresa realiza tendo como público-alvo a comunidade externa - a sociedade em geral. São projetos e iniciativas nas áreas de educação, cultura, saúde e saneamento, esporte, combate à fome e segurança alimentar, pagamento de tributos e outros.
4. Indicadores ambientais: são os investimentos que visam mitigar ou compensar seus impactos ambientais, bem como aqueles investimentos que possuem o objetivo de melhorar a qualidade ambiental da produção/operação da empresa, por meio de inovação tecnológica ou de programas internos de educação ambiental. Inclui também os investimentos em projetos e ações ambientais que não estão diretamente relacionadas com a operação da companhia e um indicador sobre o estabelecimento e cumprimento de metas anuais de ecoeficiência.
5. Indicadores do corpo funcional: informações que evidenciam o perfil dos recursos humanos da empresa. São informações concernentes à criação de postos de trabalho, utilização do trabalho terceirizado, número de estagiários, valorização da diversidade (negros, mulheres, faixa etária e pessoas com deficiência), participação de grupos historicamente discriminados no país em cargos de chefia e gerenciamento da empresa (mulheres e negros)
6. Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial: O termo “cidadania empresarial” refere-se a uma série de ações relacionadas aos públicos que interagem com a empresa, com grande ênfase no público interno. Em sua maioria, são indicadores qualitativos que mostram como está a participação interna e a distribuição dos benefícios. Também algumas das diretrizes e dos processos desenvolvidos na empresa que estão relacionados às políticas e práticas de gestão da responsabilidade social corporativa. O total de valor adicionado pela empresa no período e os percentuais distribuídos aos seus diversos públicos também estão expostos nesse grupo de informações do balanço social.
7. Outras informações: espaço utilizado pelas empresas para divulgar outras informações que sejam relevantes para a compreensão de suas práticas sociais e ambientais

O Balanço Social apresenta assim, a função de mostrar à sociedade uma série de informações de caráter econômico, financeiro e social de interesse dos grupos de coalizão da forma como eles gostariam de ter conhecimento e tem como um dos seus objetivos dar transparência e comunicar informações que satisfaçam as necessidades de quem dele precisa. Parte dessas informações pode ser disponibilizada através da Demonstração de Valor Adicionado - DVA (BISPO, CIA e DALMÁCIO, 2007).

2.4 Demonstração do Valor Adicionado

A Demonstração do Valor Adicionado - DVA é uma demonstração que surgiu na Europa e tem sido cada vez mais solicitada em nível internacional. É um tipo de relatório

contábil que apresenta informações de natureza econômica, indicando como foi criada a 'riqueza' pela empresa e quais fatores contribuíram para aquela criação. A DVA é parte integrante do balanço social, atendendo às necessidades informacionais de diversos usuários da contabilidade, como os investidores, os administradores, os governos, os banqueiros e os fornecedores, e também dos consumidores dos produtos e serviços da empresa, os empregados, enfim, a sociedade como um todo (ATTAR, 2005).

O conceito de valor adicionado corresponde a quanto a empresa acrescenta de valor ao que é pago para terceiros. Esse acréscimo (adição) representa um 'bônus' pago pelo mercado pelo que a empresa produziu num dado período. Assim, de acordo com De Luca (1988) a DVA, como um conjunto de informações de natureza econômica, é um relatório contábil que visa demonstrar o valor da riqueza gerada pela empresa e a distribuição para os elementos que contribuíram para sua geração. Por meio da DVA é possível perceber a contribuição econômica da entidade para cada segmento com o qual ela se relaciona, constituindo-se no Produto Interno Bruto (PIB) produzido pela organização (KROETZ, 2000).

A importância da DVA no contexto atual é relacionada às necessidades informacionais dos usuários da contabilidade, por conta principalmente do crescimento vertiginoso das relações comerciais e financeiras entre as empresas de todo o mundo, que sugerem uma demonstração que evidencie não só as diversas formas de resultado, mas também a capacidade de as empresas agregarem valor aos insumos adquiridos. E, ainda mais: evidenciar a distribuição desse valor.

A esse respeito, Tinoco (2001) afirma que uma das formas que ampliam a capacidade de se analisar o desempenho econômico e social das organizações é através do valor econômico que é agregado aos bens e serviços adquiridos de terceiros, valor este denominado de Valor Adicionado ou Valor Agregado (valor total da produção de bens e serviços de um determinado período, menos o custo dos recursos adquiridos de terceiros, necessários a esta produção), bem como a forma pela qual este está sendo distribuído entre os diferentes grupos sociais, que interagem com suas atividades.

Muitos dos países desenvolvidos, há mais de uma década já utilizam a DVA. No Brasil, poucas empresas publicavam a demonstração do valor adicionado. Mas essa é uma realidade que vai mudar rapidamente em função da recente alteração na Lei 6.404/1976, que tornou obrigatória a publicação da demonstração para todas as companhias abertas:

“Artigo 176

V – se companhia aberta, demonstração do valor adicionado.”

“Artigo 188. As demonstrações referidas nos incisos IV e V do caput do art. 176 desta Lei indicarão, no mínimo: (Redação dada pela Lei nº 11.638, de 2007)

I -

II – demonstração do valor adicionado – o valor da riqueza gerada pela companhia, a sua distribuição entre os elementos que contribuíram para a geração dessa riqueza, tais como empregados, financiadores, acionistas, governo e outros, bem como a parcela da riqueza não distribuída. (Redação dada pela Lei nº 11.638, de 2007)”

Com a obrigatoriedade da publicação, haverá maior difusão e discussão sobre o assunto, fazendo que conceitos divergentes e dúvidas sejam esclarecidos. Enfim, seja por meio de discussões técnicas ou por meio de discussões acadêmicas, os órgãos representativos da classe contábil apontarão os caminhos que visem à busca de um consenso sobre a estruturação da demonstração do valor adicionado – representando de fato um instrumento colocado à disposição da sociedade, permitindo melhores condições de informação, avaliação e mensuração das empresas instaladas em nosso país. Neste sentido o Conselho Federal de Contabilidade aprovou a Norma Brasileira de Contabilidade NBC T 3.7 – Demonstração do Valor Adicionado, que entrou em vigor com a publicação da Resolução CFC n 1.138/08.

3. METODOLOGIA

Esta pesquisa é classificada como descritiva-conclusiva, pois permite descrever as características quantitativas e qualitativas das informações evidenciadas nos balanços sociais das empresas em estudo. Trata-se também de uma pesquisa empírico-analítica por dedicar-se a analisar, decodificar e relacionar a face da realidade social, neste caso, a criação de riqueza pelas empresas, às suas variáveis associadas. A abordagem empírica utiliza-se da técnica de coleta, tratamento e análise dos dados quantitativos. (MARTINS, 1992; MALHOTRA, 2006).

Para a realização da pesquisa foi utilizado um banco de dados composto pelo universo de empresas que publicaram o BS de acordo com o modelo do IBASE, nos anos de 2004 e 2005. Os balanços sociais foram obtidos a partir do banco de dados disponível na página do Instituto Ibase, na Internet. O total de empresas que fizeram parte da pesquisa foi de 203 empresas no ano de 2004 e 192 empresas no ano de 2005. A opção por trabalhar com os anos de 2004 e 2005 e não com anos mais recentes foi em função da redução do número de empresas que publicaram o balanço social ao longo do tempo. No ano de 2006, 117 empresas publicaram o BS, sendo que no ano de 2007 esse número foi de apenas 49 empresas.

Inicialmente, as empresas foram classificadas em relação ao porte utilizando como referência a receita operacional líquida, com base nos critérios adotados pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDESⁱⁱⁱ.

Os dados coletados foram aqueles que constam no BS do modelo IBASE, englobando resultados operacionais e financeiros das empresas (receita, resultado operacional, folha de pagamento), indicadores sociais internos, indicadores sociais externos, indicadores ambientais, valor adicionado e seus percentuais de distribuição. O banco de dados foi estruturado utilizando-se o *Microsoft Excel*®, e em seguida foi transferido para um arquivo do programa estatístico *Statistical Package for the Social Sciences* - SPSS.

Para identificar o nível e a intensidade de associação entre investimentos sociais e valor econômico adicionado pelas empresas foi utilizada a análise de correlação. Sendo que todas as variáveis são métricas, o método de correlação adequado é a Correlação de Pearson, que é uma estatística que resume a intensidade de associação entre duas variáveis métricas. Assim, se considerarmos X e Y como variáveis, a correlação (r) irá determinar se existe uma relação linear entre X e Y, ou seja, indica o grau em que uma variação de uma variável X está relacionada com a variação de outra variável Y. O coeficiente de correlação consiste em uma medida simétrica de associação, ou seja, a correlação entre X e Y é a mesma que a correlação entre Y e X, não importando qual variável é dependente e qual é considerada independente. Desta forma, o coeficiente de relação mede a intensidade da relação linear, não servindo para medir relações não-lineares (MALHOTRA, 2006).

Na investigação sobre diferenças no perfil de investimento social e do valor adicionado pelas empresas em relação ao porte utilizou-se da técnica estatística Análise de Variância – ANOVA, que é uma empregada para testar as diferenças entre as médias de duas ou mais populações. Ela divide a variância das variáveis em variância “entre grupos” e variância “dentro dos grupos”. Quanto maior for a variância “entre grupos” comparada à variância “dentro dos grupos”, maior é evidência de que existe variabilidade entre grupos e, portanto, as médias são diferentes (MALHOTRA, 2006).

A hipótese nula na ANOVA, tipicamente, é a de que as médias são iguais, ou seja, não há diferença entre as médias dos grupos ou populações (MALHOTRA, 2006). É gerado, no pacote estatístico, um teste denominado Teste F. Quanto maior o valor de F calculado em relação ao valor tabelado, maiores são as chances de se rejeitar a hipótese nula de que não há diferenças entre as médias.

A ANOVA, em sua forma mais simples, deve ter pelo menos uma variável dependente que seja métrica. Deve haver também uma ou mais variáveis independentes (chamadas fatores), que devem ser todas categóricas, ou seja, não-métricas. A análise de variância de um

fator. Se estiverem envolvidos dois ou mais fatores, a análise é chamada de análise da variância de n fatores.

No presente trabalho foi utilizada ANOVA de um fator, sendo que a variável independente ou categórica foi o porte das empresas (classificadas em pequeno/médio ou grande porte) e as variáveis dependentes foram os indicadores sociais internos, externos, ambientais, o valor adicionado a distribuir e seus percentuais de distribuição. Buscou-se verificar se existem diferenças entre as médias de investimentos sociais e valor adicionado nos dois grupos de empresas, realizando-se, no pacote estatístico SPSS, através da opção *One-Way Anova*, o teste da hipótese nula de que não há diferença entre as médias.

4. RESULTADOS

A matriz de correlação de Pearson evidenciou que, de uma maneira geral, os indicadores sociais internos, os externos (contribuições para a sociedade e tributos) e os indicadores ambientais são positivamente correlacionados com a variável “valor adicionado gerado pelas empresas”. Esses resultados sugerem que um aumento/redução no valor adicionado está linearmente associado a uma variação na mesma direção nos indicadores sociais internos, externos e ambientais. Da mesma forma, espera-se que ocorra resultado semelhante ao se alterar a relação de dependência, pois de acordo com Malhotra (2006) o coeficiente de correlação constitui medida simétrica de associação. Assim, a correlação entre duas variáveis X e Y é a mesma que a correlação entre as variáveis Y e X, pois não importa qual variável é considerada dependente e qual é considerada independente.

Os coeficientes de correlação entre as variáveis “valor adicionado a distribuir” e “indicadores sociais (internos, externos e ambientais)” foram, em sua maioria, significativos ao nível de 99% de confiança. Alguns indicadores, em especial, podem ser considerados altamente correlacionados com o valor adicionado, uma vez que apresentam coeficientes de correlação que se aproximam de 1, denotando grande intensidade na correlação. No ano de 2004 (tabelas 1 e 2 – em anexo) os indicadores que apresentaram maiores coeficientes de correlação (superiores a 0,8) foram “investimentos ambientais internos”, “encargos sociais”, “saúde”, “capacitação” e “participação nos lucros”. Em 2005 (tabelas 3 e 4 – em anexo), se mantiveram com altas correlações os indicadores de 2004 mencionados, incluindo-se também o indicador “cultura” que se mostrou altamente correlacionado com o valor adicionado.

Conceitualmente, tem-se que a DVA evidencia a contribuição das empresas para a criação de riqueza no país (DE LUCA, 1998). Assim, pode-se inferir, com base nos resultados (tabelas 1 a 4 – em anexo), que o aumento na geração de valor econômico por parte das empresas está estritamente relacionado ao aumento em seus investimentos na área social, sendo que, especificamente para alguns indicadores (aqueles com altos coeficientes de correlação), a variação em investimentos sociais acontece em proporções semelhantes à variação em valor adicionado.

De certa forma, é esperado que a associação entre geração de riqueza pela empresa e investimentos sociais seja positiva. Geralmente, a interpretação é de que à medida que a empresa se torna mais eficaz na produção de riqueza ela possui maiores condições de realizar investimentos sociais, seja internamente ou externamente. No entanto, é complicado afirmar que haja uma relação de causalidade entre esses dois fatores, pois tanto o aumento em investimento social pode se dar em decorrência de uma maior geração de riqueza ou valor econômico, quanto o valor econômico pode aumentar como efeito da realização de investimentos diversos, inclusive investimentos sociais.

Nesse sentido, é interessante o emprego do coeficiente de correlação, pois ele mede apenas a intensidade da relação linear entre as variáveis “valor adicionado” e “investimentos sociais”, sendo que, segundo Martins (2006), essa relação é completamente isenta de qualquer implicação de causa e efeito.

Em relação ao objetivo proposto de analisar as diferenças de comportamento de investimentos sociais das empresas em função do porte, considerou-se o conceito de ANOVA proposto por Malhotra (2006). Definiu como variável independente o porte das empresas e como variáveis dependentes os indicadores sociais internos, o total das contribuições para a sociedade, os tributos, os investimentos ambientais, e o valor adicionado e seus percentuais de distribuição. A análise dos dados de 2004 (tabela 5) mostrou que apenas as variáveis “Segurança” e “Outros Indicadores Internos” foram significativas. No ano de 2005 (tabela 6), a variável mais significativa foi o “Percentual de Valor Adicionado Retido”, mantendo-se significativa a variável “Segurança”.

Em relação a esses resultados, dois comentários tornam-se relevantes. O primeiro é que se presume que há diferenças de comportamento de investimento social entre os dois grupos de empresa (maior porte e menor porte) no que se refere às variáveis consideradas significativas. No entanto, os resultados da pesquisa não permitem uma afirmação definitiva em relação a tais diferenças, uma vez que tabelas cruzadas realizadas entre essas variáveis e o porte não foram efetivamente conclusivas. Mas suspeita-se que as empresas de maior porte possuam melhores condições e necessidade de realizar investimentos sociais mais expressivos em relação à variável “segurança”, considerando-se, principalmente, a maior necessidade de segurança patrimonial. Da mesma forma, também tenderão a reter um maior percentual de valor adicionado do que as empresas de menor porte. Isto pode ser explicado pelo fato de que na pequena empresa, geralmente, o acesso sobre o caixa é realizado diretamente pelos proprietários, enquanto que nas grandes empresas a diretoria retém lucros como forma de diminuir o impacto sobre as saídas de caixa.

O segundo ponto é com relação à variável “Outros Indicadores Internos” (tabela 5). Considerando que a finalidade do Balanço Social é evidenciar os investimentos sociais das empresas com base no princípio de transparência, a relevância desse indicador em relação aos demais não fornece informações que contribuem para a análise, uma vez que não é possível identificar quais investimentos sociais estão contidos nos indicadores denominados “Outros Indicadores Internos”. Seria necessária uma especificação desses investimentos sociais de modo a permitir a análise de como essa variável se comporta em relação ao porte das empresas.

Tabela 5: Anova – Diferença dos investimentos sociais em relação ao porte das empresas - 2004

	df	F	Sig.
Alimentação Interno	1	2,993	,085
Encargos Interno	1	3,557	,061
Previdência Interno	1	1,968	,162
Saúde Interno	1	1,275	,260
Segurança Interno	1	4,011	,047
Educação Interno	1	1,246	,266
Cultura Interno	1	,968	,327
Capacitação Interno	1	1,330	,250
Creches Interno	1	1,207	,274
Participação nos lucros Interno	1	3,119	,079
Outros Indicadores Internos	1	4,585	,033
Total de Contribuições para a sociedade	1	1,890	,171
Tributos	1	1,074	,301
Investimentos ambientais operação da empresa	1	,871	,352
Investimentos ambientais externos	1	,652	,421
Percentual Valor Adicionado governo	1	2,985	,086
Percentual Valor Adicionado acionistas	1	1,370	,243
Percentual Valor Adicionado Colaboradores	1	,314	,576
Percentual Valor Adicionado Terceiros	1	,452	,502
Percentual Valor Adicionado Retido	1	,025	,874
Valor Adicionado a distribuir	1	1,256	,264

Fonte: Dados da pesquisa

Tabela 6: Anova – Diferença dos investimentos sociais em relação ao porte das empresas - 2005

	df	F	Sig.
Alimentação Interno	1	2,608	,108
Encargos Interno	1	3,146	,078
Previdência Interno	1	1,566	,212
Saúde Interno	1	,910	,341
Segurança Interno	1	4,474	,036
Educação Interno	1	1,023	,313
Cultura Interno	1	,532	,467
Capacitação Interno	1	1,240	,267
Creches Interno	1	1,134	,288
Participação nos lucros Interno	1	2,074	,152
Outros Indicadores Interno	1	3,258	,073
Total de Contribuições para a sociedade	1	2,013	,158
Tributos	1	,801	,372
Investimentos ambientais operação da empresa	1	,924	,338
Investimentos ambientais externos	1	1,129	,290
Valor adicionado a distribuir	1	1,033	,311
Percentual Valor Adicionado governo	1	,104	,747
Percentual Valor Adicionado acionistas	1	,048	,827
Percentual Valor Adicionado Colaboradores	1	2,333	,128
Percentual Valor Adicionado Terceiros	1	,354	,552
Percentual Valor Adicionado Retido	1	6,403	,012

Fonte: Dados da pesquisa

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando as discussões sobre responsabilidade social das empresas, associadas à publicação do Balanço Social como instrumento de demonstração das ações sociais e da riqueza gerada, o intuito deste trabalho foi o de avaliar a relação entre os investimentos sociais realizados pelas empresas e o valor econômico gerado por elas, através da análise dos balanços sociais publicados nos anos de 2004 e 2005.

De acordo com os objetivos específicos, os resultados identificaram que, de modo geral, os investimentos sociais (internos, externos e ambientais) realizados pelas empresas estão relacionados positivamente com o valor econômico gerado por elas na sociedade. Da mesma forma, verificou-se que especificamente os indicadores “investimentos ambientais internos”, “encargos sociais”, “saúde”, “capacitação”, “participação nos lucros” e “cultura” possuem associação mais intensa com a geração de valor econômico.

Os resultados sinalizam que as empresas não possuem diferenças significativas no perfil de investimento social quando comparados em função do porte, sendo que apenas o indicador “segurança” se mostrou estatisticamente relevante como variável que diferencia os investimentos sociais realizados por pequenas/médias empresas em relação àqueles realizados pelas grandes empresas.

Com relação ao valor econômico gerado pelas empresas, considerando o seu porte, obteve-se que apenas a variável “Percentual de Valor Adicionado Retido” se mostrou significativa para diferenciar as empresas, presumindo-se que empresas de grande porte tendem a reter uma parcela maior do valor adicionado.

Para finalizar, observou-se uma drástica redução do número de empresas que publicaram balanço social nos anos de 2006 e 2007, evidenciando indícios de menor preocupação, por parte das empresas, com a transparência e divulgação de suas ações sociais.

BIBLIOGRAFIA

ARNT, R. Responsabilidade social: Questão de coerência. **Revista Exame**. São Paulo, p. 74-76, maio 2003.

ASHLEY, P. A.; CARDOSO, J. G. A responsabilidade social nos negócios: um conceito em construção. In: ASHLEY, P. A. (Coord.). **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo: Editora Saraiva, 2002. p.2-16.

ASHLEY, P. A. (Coord.). **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. São Paulo: Editora Saraiva, 2005.

ATTAR, R.B. **Introdução à Contabilidade**. São Paulo: Prentice Hall, 2005.

BISPO, J. de S.; CIA, J. N. de S.; DALMÁCIO, F. Z. Um estudo exploratório das variáveis que contribuem para a geração de riqueza pelas empresas que atuam no Brasil. In: X Congresso Internacional de Costos Contabilidad, Control, Auditoría, Gestión de Costos y Mundializacion, 2007, Lyon-França. X Congresso Internacional de Costos Contabilidad, Control, Auditoría, Gestión de Costos y Mundializacion, 2007. v. 1. p. 1-15. Disponível em: <www.fucape.br/_admin/upload/prod_cientifica/FLAVIA%20-%20FRANCA.pdf>. Acesso em 3 dez 2008.

BRASIL. Projeto de Lei nº 1.305. Dispõe sobre a regulamentação da responsabilidade social das sociedades empresariais nacionais e estrangeiras que atuam no Brasil. Brasília: Câmara dos Deputados, 2003.

FERREIRA, R. do N. Índices-padrão e situação econômica, financeira e político-social de cooperativas de leite e café da região sul do Estado de Minas Gerais. 1999. 138p. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 1999.

FREIRE, F. de S.; REBOUÇAS, T.R. da S. Uma descrição sucinta do Balanço Social francês, português, belga e brasileiro. In: SILVA, C. A. T.; FREIRE, F. de S. (Org). **Balanço Social: teoria e prática: inclui o novo modelo do IBASE**. São Paulo: Atlas, 2001.

IBASE – Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas. Site Corporativo. 2009. Disponível em: <www.ibase.org.br>. Acesso em 03 dez 2008

KEELER, D. Responsabilidade Social Corporativa – RSC. Já não é mais um caso fundamentado em instinto. Trata-se de uma exigência do negócio. Relações com investidores. São Paulo, nº 53, p.17-20, jul. 2002.

KROETZ, C. E. S. **Balanço Social: Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 2000. 162p.

MARTINS, C. M. F.; BERNARDO, D. C. dos R.; MADEIRA, G. J. Origem e evolução do Balanço Social no Brasil. *Revista Mineira de Contabilidade*, Belo Horizonte. Ano IV, n. 9, p. 6-11, 1º trimestre 2003.

MARTINS, G. A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. São Paulo: Atlas, 1992.

MARTINS, G.A. **Estatística Geral e Aplicada**. 3. ed. São Paulo:Atlas, 2006.

MENDES, J.M.M. Balanço social: uma idéia milenar. *Revista Brasileira de Contabilidade*. Brasília. Ano XXVI. n.º 106, p. 4 - 5, julho/agosto. 1997.

PEROTTONI, M.A. ; CUNHA, A.S. da. Balanço Social. *Revista Brasileira de Contabilidade*. Brasília. Ano XXVI, n.104, p.12-20, março/abril. 1997.

RIBEIRO, M. de S.; LISBOA, L. P. Balanço Social. *Revista Brasileira de Contabilidade*, Brasília. Ano XXVIII, n. 115, p. 12-20, jan./fev. 1999.

SILVA, C. A. T.; FREIRE, F. de S. (Org). **Balanço Social: teoria e prática: inclui o novo modelo do IBASE**. São Paulo: Atlas, 2001.

SUCUPIRA, J. A. A responsabilidade social das empresas. Rio de Janeiro, set. 1999. Disponível em: <<http://www.ibase.org.br>> Acesso em: 11 set. 1999.

SUCUPIRA, J. A. Ética nas empresas e Balanço Social. In: SILVA, C. A. T.; FREIRE, F. de S. (Org). Balanço Social: teoria e prática: inclui o novo modelo do IBASE. São Paulo: Atlas, 2001.

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

TORRES, C. Responsabilidade social das empresas (RSE) e Balanço Social no Brasil. In: SILVA, C. A. T.; FREIRE, F. de S. (Org). Balanço Social: teoria e prática: inclui o novo modelo do IBASE. São Paulo: Atlas, 2001.

TORRES, C.; MANSUR, C. Balanço Social, dez anos: o desafio da transparência. Rio de Janeiro: IBASE, 2008.

YOUNG, C. E. F; SANTOS, M. C. dos. Responsabilidade Social: Sua Percepção na Contabilidade Nacional e na Contabilidade Empresarial. 1º Seminário USP de Contabilidade 2001. Disponível em: <www.eac.fea.usp.br/congressousp/seminario>. Acesso em: 13. nov.2003.

ANEXOS

Tabela 1: Correlações de Pearson entre Indicadores Sociais Externos, Indicadores Ambientais e Valor Adicionado – 2004

		Total Contribuições para a sociedade	Tributos	Investimentos ambientais operação da empresa	Investimentos ambientais externos
Total Contribuições para a sociedade	Correlação				
	N				
Tributos	Correlação	0,348**			
	N	196			
Investimentos ambientais operação da empresa	Correlação	0,511**	0,944**		
	N	171	163		
Investimentos ambientais externos	Correlação		0,187*	0,412**	
	N		148	153	
Valor adicionado a distribuir	Correlação	0,369**	0,986**	0,936**	0,169*
	N	189	179	164	154

** Correlação é significativa ao nível de 0,01

* Correlação é significativa ao nível de 0,05

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 2: Correlações de Pearson entre Indicadores Sociais Internos e Valor Adicionado – 2004

		Alimentação Interno	Encargos Interno	Previdência Interno	Saúde Interno	Segurança Interno	Educação Interno	Cultura Interno	Capacitação interno	Creches Interno	Participação nos lucros Interno	Outros Indicadores Interno
Alimentação Interno	Correlação											
	N											
Encargos Interno	Correlação	0,862**										
	N	207										
Previdência Interno	Correlação	0,558**	0,594**									
	N	199	199	1								
Saúde Interno	Correlação	0,633**	0,904**	0,519**								
	N	209	207	199								
Segurança Interno	Correlação	0,493**	0,711**	0,414**	0,691**							
	N	182	181	175	182							
Educação Interno	Correlação	0,354**	0,665**	0,339**	0,752**	0,631**						
	N	192	190	184	192	175						
Cultura Interno	Correlação	0,214**	0,198*	0,166*	0,165*							
	N	149	149	146	149							
Capacitação interno	Correlação	0,571**	0,878**	0,445**	0,975**	0,660**	0,958**					
	N	187	186	180	187	177	176					
Creches Interno	Correlação	0,849**	0,616**	0,388**	0,317**	0,240**		0,279**	0,307**			
	N	174	172	169	174	161		147	167			
Participação nos lucros Interno	Correlação	0,690**	0,904**	0,503**	0,825**	0,637**	0,707**		0,867**	0,481**		
	N	186	185	179	186	168	175		172	164		
Outros Indicadores Interno	Correlação	0,456**	0,509**	0,269**	0,375**	0,452**	0,691**		0,533**	0,525**	0,578**	
	N	204	203	197	204	179	188		183	172	184	
Valor adicionado a distribuir	Correlação	0,461**	0,815**	0,473**	0,952**	0,702**	0,737**		0,966**	0,182*	0,800**	0,333**
	N	190	189	181	190	170	176		174	163	177	186

** Correlação é significativa ao nível de 0,01

* Correlação é significativa ao nível de 0,05

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 3: Correlações de Pearson entre Indicadores Sociais Internos e Valor Adicionado – 2005

		Alimentação Interno	Encargos Interno	Previdência Interno	Saúde Interno	Segurança Interno	Educação Interno	Cultura Interno	Capacitação interno	Creches Interno	Participação nos lucros Interno	Outros Indicadores Interno
Alimentação Interno	Correlação											
	N											
Encargos Interno	Correlação	0,887**										
	N	189										
Previdência Interno	Correlação	0,580**	0,679**									
	N	182	180									
Saúde Interno	Correlação	0,611**	0,865**	0,648**								
	N	191	189	182								
Segurança Interno	Correlação	0,369**	0,596**	0,399**	0,614**							
	N	169	169	163	169							
Educação Interno	Correlação	0,329**	0,526**	0,492**	0,558**	0,535**						
	N	175	174	168	175	162						
Cultura Interno	Correlação	0,518**	0,780**	0,574**	0,867**	0,555**	0,914**					
	N	141	141	139	141	141	140					
Capacitação interno	Correlação	0,640v	0,895**	0,655**	0,976**	0,625**	0,796**	0,826**				
	N	173	172	167	173	164	160	140				
Creches Inerno	Correlação	0,878**	0,666**	0,412**	0,289**			0,295**	0,346**			
	N	162	160	160	162			138	157			
Participação nos lucros Interno	Correlação	0,729**	0,912**	0,613**	0,814**	0,550**	0,545**	0,785**	0,879**	0,528**		
	N	174	172	169	174	156	162	136	159	153		
Outros Indicadores Interno	Correlação	0,437**	0,505**	0,342**	0,354**	0,650**	0,825**	0,509**	0,518**	0,525**	0,549**	
	N	184	183	177	184	165	170	138	168	158	170	
Valor adicionado a distribuir	Correlação	0,515**	0,817**	0,641**	0,966**	0,600**	0,531**	0,865**	0,960**	0,229**	0,822**	0,338**
	N	189	187	180	189	167	173	139	171	160	172	182

** Correlação é significativa ao nível de 0,01

Fonte: Dados da Pesquisa

Tabela 4: Correlações de Pearson entre Indicadores Sociais Externos, Indicadores Ambientais e Valor Adicionado – 2005

		Total Contribuições para a sociedade	Tributos	Investimentos ambientais operação da empresa	Investimentos ambientais externos
Total Contribuições para a sociedade	Correlação				
	N				
Tributos	Correlação	0,440**			
	N	179			
Investimentos ambientais operação da empresa	Correlação	0,528**	0,912**		
	N	160	154		
Investimentos ambientais externos	Correlação	0,210*	0,443**	0,660**	
	N	147	142	145	
Valor adicionado a distribuir	Correlação	0,455**	0,976**	0,883**	0,439**
	N	185	180	159	146

** Correlação é significativa ao nível de 0,01

* Correlação é significativa ao nível de 0,05

Fonte: Dados da Pesquisa

ⁱ Para uma revisão sobre a história e a evolução do balanço social, ver as seguintes obras: Silva e Freire (2001), Kroetz (2000), Tinoco (2001) e Sucupira (1999).

ⁱⁱ As pesquisas de Gonçalves (1980), Tinoco (1984), Kroetz (2000), Silva e Freire (2001), Sucupira (2001), Torres (2001) e Martins, Bernardo e Madeira (2003) apresentam uma discussão interessante sobre a evolução da discussão e iniciativas da publicação do BS no Brasil.

ⁱⁱⁱ - pequenas/médias empresas: receita operacional anual superior a R\$ 1.200 mil (um milhão e duzentos mil reais) e inferior ou igual a R\$ 60 milhões (sessenta milhões de reais);

- grandes empresas: receita operacional superior a R\$ 60 milhões (sessenta milhões de reais);