

## Área Temática: Gestão Socioambiental

### Principais indicadores sociais e formas de publicação de dados e informações sobre responsabilidade social por cinco Sociedades Anônimas de capital aberto

#### AUTORAS

##### DANUSE ANNE MACHADO COTA

Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira - FUNCESI  
nuseanne@yahoo.com.br

##### MARÍLIA DA CONCEIÇÃO FONSECA

Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira - FUNCESI  
mariliadafonseca@yahoo.com.br

##### MEYKE VILAS BOAS PINTO

Fundação Comunitária de Ensino Superior de Itabira - FUNCESI  
meykevilas@gmail.com

Este estudo analisou as demonstrações financeiras publicadas no período de 2006 a 2008 por cinco sociedades anônimas de capital aberto a fim de verificar os indicadores sociais de maior divulgação e quais as formas de publicação dos dados do BANCO DO BRASIL, da CEMIG, da GERDAU, da PETROBRÁS e da VALE. A metodologia teve uma abordagem qualitativa descritiva. A coleta de dados foi documental com a análise da Demonstração do Resultado do Exercício, da Demonstração do Valor Adicionado, das Notas Explicativas, do Relatório da Administração e do Balanço Social. Foi utilizado o critério proposto por Hopkins (1997), modelo que possui como um de seus objetivos a comparação entre empresas no que diz respeito ao seu grau de Responsabilidade Social. Verificou-se que, embora haja divulgação das informações sobre Responsabilidade Social, o principal indicador publicado continua sendo a lucratividade. Notou-se que não existe um padrão para a divulgação das informações e falta de transparência e dados. Conclui-se que o Balanço Social, que deveria ser o principal meio de divulgação sobre Responsabilidade Social, não foi utilizado por essas empresas como o mais importante meio de reportar suas práticas sociais.

**Palavras-chave:** Responsabilidade Social, Balanço Social, Sociedades Anônimas.

This study analyzes financial statements published by five corporations for the period 2006 to 2008 to verify the social indicators of greater disclosure and what forms of data publication by BANCO DO BRASIL, CEMIG, GERDAU, PETROBRÁS and VALE. The methodology was a qualitative descriptive approach. Data were collected in financial statements of the organizations. We used the criteria proposed by Hopkins (1997), model that has as one of its goals the comparison between companies with respect to their degree of Social Responsibility. It was found that, although disclosure of information on Social Responsibility, the main indicator published remains profitability. It was noted that there is no standard for the disclosure and lack data and transparency. We conclude that the Social Report, which should be the primary means of dissemination on Social Responsibility, was not used by these companies as the most important means to report their social practices.

**Keywords:** Social Responsibility, Social Report, Corporations

## 1 Introdução

Durante muito tempo a Contabilidade buscou somente a maximização do lucro e preocupava-se apenas com os indicadores tradicionais, ligados à liquidez, rentabilidade e endividamento da empresa. No contexto atual, os contadores, os dirigentes das entidades e a sociedade em geral também estão atentos aos indicadores sociais. De acordo com Tinoco (2009), os usuários da informação contábil exigem cada vez mais transparência das transações que devem conter, no mínimo, o fator econômico e o fator social. Isso significa que as empresas devem contabilizar e divulgar informações contábeis, econômicas, sociais, ambientais e de responsabilidade pública.

Ashley *et al* (2003, p. 3) vão além e afirmam que “o mundo empresarial vê, na responsabilidade social, uma nova estratégia para aumentar seu lucro e potencializar seu desenvolvimento.” Isso ocorre graças à crescente procura por parte dos consumidores por produtos que não prejudicam o meio ambiente ou a sociedade e que estejam ligados a empresas que investem em programas sociais.

Diante dessa mudança, é relevante verificar como as empresas estão publicando informações a respeito da Responsabilidade Social, as principais demonstrações financeiras utilizadas para a divulgação destas informações, os indicadores sociais mais publicados, além da evolução dessa transparência.

A Contabilidade está inserida num cenário moderno, onde seus objetivos se tornam cada vez mais complexos e importantes para todos os seus usuários. A função de prestar informações é relevante não só para o processo de gestão da empresa, como também para permitir que os usuários externos avaliem se a entidade está agindo de forma satisfatória, conforme os princípios éticos, ou seja, se a empresa pode ser considerada socialmente responsável.

Para satisfazer os interesses dos usuários da Contabilidade, Tinoco (2009) afirma que o relatório mais apropriado é o Balanço Social. Segundo o autor, é através deste relatório que as informações sociais, ambientais e de responsabilidade corporativa e pública devem ser publicadas. Dessa forma, é interessante verificar se as demonstrações financeiras publicadas pelas empresas estão condizendo com a afirmação de Tinoco (2009). Assim, o presente artigo pretende apresentar os resultados da pesquisa realizada com o objetivo de verificar os principais indicadores sociais divulgados, bem como as formas de publicação dos dados e informações sobre Responsabilidade Social pelas sociedades anônimas de capital aberto Banco do Brasil S/A, Companhia Energética de Minas Gerais, Gerdau S/A, Petróleo Brasileiro S/A e Vale S/A, que são empresas que publicam os relatórios anuais e, por meio destes, divulgam informações sobre a Responsabilidade Social. Os relatórios anuais analisados compreendem o período de 2006 a 2008.

## 2 Responsabilidade social

No mundo atual, as empresas não estão preocupadas em simplesmente gerar lucros para seus sócios e acionistas. Lourenço *et al* (2003) acreditam que é notória a busca constante por posturas éticas e uma transparência cada vez maior das principais práticas adotadas sobre Responsabilidade Social, de modo que exerça impactos nos objetivos, nas estratégias e no próprio significado da empresa.

Nesse contexto é que o tema será discutido: os principais significados da responsabilidade social e sua evolução; a relação entre as partes interessadas ligadas à empresa, os chamados *stakeholders*, e a responsabilidade social; a tendência que pode seguir e a forma como é divulgada; e a responsabilidade social corporativa.

A responsabilidade social pode ser definida de várias maneiras diferentes, sendo que algumas definições são melhores desenvolvidas. Segundo Ashley *et al* (2003), a responsabilidade social é o compromisso que uma empresa deve ter diante da sociedade, expresso por meio de atos e atitudes que a afetem positivamente. Assim, a organização assume obrigações que contribuem para o desenvolvimento sustentável da população. Desse modo, é possível perceber que uma empresa é socialmente responsável quando atua com princípios éticos, interna e externamente. Isso significa que a empresa deve buscar agregar algo à sociedade e não apenas a si mesma.

Várias foram as etapas percorridas até a construção do conceito “responsabilidade social”. Lourenço *et al* (2003) descrevem tais fases. Os primeiros estudos foram desenvolvidos nos Estados Unidos e na Europa, respectivamente, nas décadas de 50 e 60. Nesse período, buscava-se uma conceituação com base nos principais argumentos sobre o assunto. Por ser a fase inicial, recebeu diversas críticas, positivas e negativas; foi defendida e rejeitada. O conceito de responsabilidade social corporativa desenvolveu-se nas décadas de 70 e 80, quando as empresas passaram a se preocupar com o desenvolvimento social e com uma forte conotação normativa. Já na década de 90, o aspecto normativo tornou-se mais evidente e a responsabilidade social ganhou mais adeptos acadêmicos da área de ética dos negócios (LOURENÇO *et al*, 2003).

Logo, percebe-se que a própria Contabilidade abriu caminho para que as informações de caráter social viessem a ser mais difundidas. Isso devido à sua função de reportar informação aos mais diversos usuários.

Ashley *et al* (2003) vão além e completam que a responsabilidade social evoluiu em um ponto específico. A empresa socialmente responsável deixou de responder somente às expectativas dos seus acionistas para lidar com as expectativas de seus *stakeholders* atuais e futuros. Partiu de uma visão clássica para uma visão mais radical de sociedade sustentável. Os autores ainda acrescentam que a mudança organizacional, de conservadora para radical, está diretamente relacionada à forma como a empresa se relaciona com seus públicos (ASHLEY *et al*, 2003).

Ashley *et al* (2003) também descrevem a relação da empresa com cada grupo de *stakeholders*. Para os acionistas, a responsabilidade social está na maximização do lucro; para o governo, no cumprimento das obrigações legais; para os empregados, em atrair e reter funcionários qualificados.

Na orientação para os fornecedores e compradores, a responsabilidade social baseia-se em relações comerciais éticas; para a comunidade, em um relacionamento socialmente responsável na qual está inserida; para o ambiente natural, a finalidade é o desenvolvimento sustentável. Por último, a orientação para a publicação de relatórios e promoção da marca tem como foco o Balanço Social (ASHLEY *et al*, 2003).

Nesse aspecto, Boog e Boog (2002) distinguem quatro grandes tendências que o Balanço Social pode ser visto: sob uma perspectiva contábil (demonstra os valores investidos nas atividades sociais da empresa), legalista (torna públicas as ações de natureza social investidas pelas empresas), mercadológica (tem preocupação com o social como estratégia competitiva) e a perspectiva da responsabilidade social (as empresas são motivadas pela ética do bem comum).

Tenório (2004) explica que é por meio do Balanço Social que se identifica o grau de comprometimento da empresa com a sociedade, os empregados e o meio ambiente; evidencia as contribuições à qualidade de vida da sociedade; e avalia a administração por meio dos resultados sociais.

Nesse sentido, há ainda discussões sobre as tendências que a responsabilidade social pode seguir. De acordo com Ashley *et al* (2003), existe a linha ética e a linha instrumental. Segundo os autores, os argumentos na linha ética são baseados em empresas e pessoas que

adotam ações socialmente responsáveis simplesmente pelo fato de ser moralmente correto. Já a linha instrumental considera que existe uma relação positiva entre o desempenho econômico e o comportamento socialmente responsável da empresa.

Tenório (2004) acrescenta que as entidades verificam o seu nível de envolvimento com os assuntos sociais por meio de indicadores de responsabilidade social. Além do Balanço Social e da Demonstração do Valor Adicionado, existe também a certificação de responsabilidade social corporativa.

Este último diz respeito a normas que visam padronizar os indicadores referentes aos aspectos éticos e de responsabilidade social na direção dos negócios, sendo que esses três demonstrativos têm o mesmo objetivo: identificar o nível de atuação e o grau de comprometimento empresarial com as questões sociais, ambientais e éticas. Dessa forma, os indicadores de responsabilidade social corporativa complementam as demonstrações financeiras (TENÓRIO, 2004).

### 3 Dimensões da responsabilidade social

Considerando a ética como base de sustentação da responsabilidade social, é possível afirmar que existem fortes tendências de preocupação com aspectos que evidenciam a atuação socialmente responsável das empresas. Presume-se, então, que uma empresa socialmente responsável, além de adotar posturas éticas, também assume a responsabilidade de divulgar para todas as partes interessadas os resultados obtidos.

Ashley *et al* (2003) citam duas linhas que a responsabilidade social pode seguir. A primeira delas está apoiada em autores clássicos da área e a segunda, em autores contemporâneos, como Melo Neto e Froes.

De acordo com a primeira linha citada por Ashley *et al* (2003), a responsabilidade social possui cinco tipos de público beneficiados – os funcionários, os clientes, os fornecedores, os competidores e outros segmentos com os quais a entidade mantenha transações comerciais. A segunda linha apresenta outras características, além de englobar o público interno e o externo, há investimento na preservação ambiental. Não é necessário privilegiar uma categoria.

Melo Neto e Froes (2001) citam sete vetores que contribuem para o fortalecimento da dimensão social da empresa e facilitam o investimento das empresas na responsabilidade social. Tais vetores da responsabilidade social são: apoio ao desenvolvimento da comunidade na qual atua; preservação do meio ambiente; investimento no bem estar dos funcionários e dependentes e em um ambiente de trabalho agradável; comunicações transparentes; retorno aos acionistas; sinergia com os parceiros e satisfação de clientes e consumidores.

Lourenço *et al* (2003), por sua vez, selecionam seis dimensões da responsabilidade social: estratégia e transparência; público interno; meio ambiente; fornecedores e consumidores; comunidade; e, por último, governo e sociedade. Os autores ressaltam que cada um desses grupos apresenta potencial para representar alvos da atuação social da entidade, e ainda definem tais dimensões.

A primeira dimensão, estratégia e transparência, busca demonstrar o quanto as organizações evidenciam e disseminam as suas estratégias relacionadas a uma gestão socialmente responsável. Já a dimensão público interno pressupõe que a entidade tenha atitudes éticas com relação a seus empregados. A dimensão meio ambiente procura identificar e controlar os possíveis impactos ambientais que a atividade produtiva da empresa pode ocasionar. Além da preocupação com a saúde e segurança de seus trabalhadores, propõe a educação ambiental para a comunidade. A dimensão fornecedores e consumidores, por sua vez, visa colocar esses dois grupos num mesmo patamar de benefícios e vantagens (LOURENÇO *et al*, 2003).

Já a comunidade precisa de atitudes mais objetivas. Além da filantropia, é necessário que as empresas identifiquem, reconheçam e caracterizem os seus próprios aspectos sociais; avaliem e determinem o tipo e o grau de mudanças causadas na qualidade de vida das pessoas; e estabeleçam e gerenciem planos de ações para melhoria nos padrões de desempenho social da entidade. Finalmente, a dimensão governo e sociedade visa avaliar as ações direcionadas aos aspectos governamentais e sociais. Mensura as contribuições da entidade em associações e fóruns empresariais para o interesse público (LOURENÇO *et al*, 2003).

Outro aspecto relacionado às dimensões da responsabilidade social que ainda deve ser abordado são os principais indicadores sociais. Antes, porém, é interessante lembrar que indicadores sociais são sistemas de avaliação que permitem às organizações constatar o seu nível de envolvimento com ações sociais.

Segundo Tenório (2004), os principais indicadores de responsabilidade social corporativa são o Balanço Social que visa evidenciar o seu grau de comprometimento com a comunidade, os empregados e o meio ambiente, a Demonstração do Valor Adicionado que evidencia o quanto de riqueza uma empresa criou para a sociedade e de que forma ela foi distribuída entre os empregados, acionistas, fornecedores de capital e governo e as certificações de responsabilidade social que visam normatizar as ações empresariais entre os agentes sociais.

Ashley *et al* (2003) vão além e utilizam como indicadores para avaliar os perfis de responsabilidade social das organizações o modelo proposto por Michael Hopkins. Nesse estudo, foram definidos nove elementos organizados em três níveis com a finalidade de “permitir a visualização das dimensões e relacionamentos de uma empresa socialmente responsável.” (HOPKINS, 1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003, p. 93). De cada elemento, Hopkins (1997) classificou certo número de indicadores segundo o interesse dos *stakeholders* e foram sugeridas formas de medi-los. Foi utilizado o critério proposto por Hopkins (1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003), uma vez que tal modelo possui como um de seus objetivos a comparação entre empresas no que diz respeito ao seu grau de Responsabilidade Social.

O primeiro nível do modelo de Hopkins trata dos princípios de responsabilidade social, com os elementos legitimidade, responsabilidade pública e arbítrio dos executivos. A legitimidade tem como indicador o código de ética, podendo ser medido através da sua publicação ou pela distribuição para os empregados da organização (HOPKINS, 1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003).

A responsabilidade pública apresenta quatro indicadores: litígios envolvendo violação das leis pela empresa, penalidade em consequência de atividades ilegais, contribuição para inovações e criação de empregos. O primeiro e o segundo indicadores são medidos pelo montante/dimensão dos processos e das penalidades, respectivamente; e o terceiro pelos gastos em pesquisa e desenvolvimento. Já o último é calculado com base no número líquido de empregos criados. O arbítrio dos executivos, por sua vez, tem como indicadores o código de ética e os executivos condenados por atividades ilegais (HOPKINS, 1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003).

O segundo nível tem ligação com a capacidade de resposta social e também é dividido em três elementos: percepção do ambiente, gerenciamento dos *stakeholders* e administração de questões sociais. A percepção do meio ambiente está relacionada à existência de mecanismo para examinar as questões sociais relevantes para a empresa. O gerenciamento dos *stakeholders* tem como indicadores a inserção das questões sociais como parte integral da elaboração de políticas, a existência de auditoria social e de relatório para prestação de contas sobre ética. Já a administração de questões sociais apresenta, como indicador, políticas elaboradas tendo como base de análise questões sociais medido por meio de regulamentos e políticas da empresa (HOPKINS, 1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003).

Finalmente, o terceiro nível trata dos resultados/ações da responsabilidade social, sendo que todos os seus elementos são subdivididos em grupos de *stakeholders* assumidos.

O primeiro elemento do modelo de empresa socialmente responsável mostra os efeitos nos *stakeholders* internos, sendo eles os proprietários/acionistas, os executivos e os funcionários das organizações. Os principais indicadores de responsabilidade social usados pelos proprietários e acionistas são: a lucratividade, a irresponsabilidade corporativa ou atividades ilegais, o bem-estar da comunidade, a filantropia corporativa e o código de ética (HOPKINS, 1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003).

A lucratividade geralmente é medida pelo valor das ações ou pelo retorno sobre o investimento; a irresponsabilidade corporativa ou atividades ilegais pelas multas, número de *recalls* de produtos, emissão de poluentes; e o bem-estar da comunidade pelo valor das doações ou programas com porcentagem de ganhos. Já a filantropia corporativa está relacionada ao valor das doações antes do Imposto de Renda, com porcentagem de ganhos; e o código de ética à sua publicação, distribuição entre os acionistas e treinamento dos mesmos (HOPKINS, 1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003).

Os executivos utilizam como indicador o código de ética (treinamento e aplicação de forma demonstrável e mensurável). Já os funcionários utilizam seis indicadores. São eles: relações sindicato/empresa; questões de segurança; pagamento, subsídios e benefícios; demissões; funcionários proprietários; e políticas para mulheres e minorias. São medidos, respectivamente, pela evidência de controvérsia e boas relações; litígios e penalidades; *ranking* em relação a empresas similares; porcentagem, frequência e indivíduos escolhidos; valor; e, existência, posição no *ranking* com relação a empresas similares (HOPKINS, 1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003).

O segundo elemento evidencia os efeitos nos *stakeholders* externos, subdividido em grupos, sendo eles os clientes/consumidores, o meio ambiente, a comunidade e os fornecedores. Para os clientes/consumidores, são indicadores: o código de ética, *recalls* de produtos, litígios, controvérsia pública sobre produtos ou serviços e propaganda enganosa. São medidos pela evidência de aplicação a produtos ou serviços; número absoluto, gravidade dos litígios ou penalidades e porcentagem da produção total; quantidade de processos por fraude, fixação de preços e formação de trustes; gravidade e frequência; litígios e penalidades (HOPKINS, 1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003).

O meio ambiente apresenta quatro indicadores de responsabilidade social. A poluição e o lixo tóxico são os dois primeiros e podem ser medidos por meio da *performance* com relação a índices, litígios e multas. O terceiro, reciclagem e uso de produtos reciclados, é analisado com porcentagem. Por último, tem-se o uso (ou não) de etiqueta ecológica nos produtos (HOPKINS, 1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003).

Doações corporativas para programas comunitários, envolvimento direto em programas comunitários e controvérsias ou litígios com a comunidade são os três indicadores para a comunidade. Podem ser medidos respectivamente pelo montante ou porcentagem e pelo número, resultados, custos ou benefícios; e o terceiro pelo número, gravidade ou até pelos resultados. Os fornecedores, por sua vez, apresentam como indicadores o código de ética da empresa e o dos fornecedores, os litígios ou penalidades e as controvérsias públicas. A forma de medir o primeiro e o segundo é pela sua aplicação, enquanto os demais são analisados pelo montante e resultados (HOPKINS, 1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003).

Finalmente, o último elemento do modelo de empresa socialmente responsável trata dos efeitos institucionais externos. Nesse grupo são incluídos como indicadores e medidas a publicação e aplicação do código de ética; os montantes, número e resultados dos litígios genéricos; os montantes, tipo, número e resultados dos processos por ações classistas; e a existência ou não de melhorias nas políticas públicas e na legislação em decorrência de pressões da empresa (HOPKINS, 1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003).

## 4 Metodologia

Diante dos objetivos desta pesquisa, foi adotada uma abordagem qualitativa descritiva. Segundo Richardson (1999, p. 79), “a abordagem qualitativa de um problema, além de ser uma opção do investigador, justifica-se, sobretudo, por ser uma forma adequada para entender a natureza de um fenômeno social.” A verificação dos principais indicadores sociais divulgados e das formas de publicação dos dados e informações sobre Responsabilidade Social são objetivos relacionados à área social das empresas, fato que justificou a adoção do método qualitativo.

Além disso, as sociedades anônimas publicam relatórios com uma grande variedade de dados e informações que devem ser estudados minuciosamente. Foi importante diferenciar as ações sociais, ambientais e aquelas ligadas à gestão de pessoas para conseguir atingir o verdadeiro objetivo do trabalho.

O universo foi determinado pelo total de sociedades anônimas de capital aberto. De acordo com a Comissão de Valores Mobiliários (CVM), existe um total de 1.911 (hum mil, novecentos e onze) empresas abertas, o que caracterizou o universo dessa pesquisa (CVM, 2009). A escolha por esses elementos foi devido à obrigatoriedade da publicação dos relatórios anuais, que tornou possível o desenvolvimento desse estudo.

Por ser uma pesquisa qualitativa, as cinco sociedades anônimas de capital aberto foram escolhidas para compor a amostra não probabilística devido à acessibilidade dos relatórios anuais publicados, sendo elas: Banco do Brasil S/A – BANCO DO BRASIL, Companhia Energética de Minas Gerais – CEMIG, Gerdau S/A – GERDAU, Petróleo Brasileiro S/A – PETROBRÁS e Vale S/A – VALE.

A coleta documental foi o procedimento adotado para obtenção dos dados desse estudo. Os documentos analisados foram demonstrações financeiras publicadas pelas sociedades anônimas no período de 2006 a 2008. É válido ressaltar que foram analisadas somente aquelas demonstrações que possuem informações relevantes sobre a Responsabilidade Social. São elas: a Demonstração do Resultado do Exercício, a Demonstração do Valor Adicionado, as Notas Explicativas, o Relatório da Administração e o Balanço Social – quando disponibilizado pela empresa.

Dentre as empresas da amostra, a Cemig, a Petrobrás e a Vale publicaram o Balanço Social no período de 2006 a 2008, enquanto a Gerdau o divulgou somente em um exercício e o Banco do Brasil não fez a publicação em nenhum dos exercícios.

Inicialmente, foi verificada a forma de publicação dos dados e informações sobre Responsabilidade Social. Logo após, os indicadores sociais de maior divulgação foram identificados e os dados relativos aos programas sociais implementados por empresas diferentes e em exercícios diferentes foram comparados. Assim, as demonstrações financeiras das cinco sociedades anônimas escolhidas foram analisadas a fim de extrair os dados e informações necessárias para responder os objetivos dessa pesquisa.

## 5 Análise e discussão dos resultados

O foco específico dessa análise foram os indicadores sociais e as formas de publicação dos dados e informações sobre Responsabilidade Social.

Os indicadores sociais são específicos para cada um dos *stakeholders*. Dessa forma, para estudar os indicadores sociais de maior divulgação, foi necessário classificá-los segundo o interesse dos *stakeholders*. Para isso, foi utilizado o critério proposto por Hopkins (1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003), uma vez que tal modelo possui como um de seus objetivos a comparação entre empresas no que diz respeito ao seu grau de Responsabilidade Social.

## 5.1 Proprietários/acionistas

Os proprietários/acionistas são os *stakeholders* internos que buscam, principalmente, aumentar seus lucros. No entanto, Lourenço *et al* (2003) acreditam que é atitude responsável da entidade perante esses usuários em divulgar o uso dos recursos da empresa e os resultados dessa utilização.

A lucratividade/valor, principal indicador divulgado para os proprietários/acionistas, teve informações relacionadas tanto com o valor das ações quanto com o retorno sobre o investimento. A lucratividade e o bem-estar da comunidade foram os indicadores sociais do interesse dos proprietários/acionistas mais divulgados pelas entidades da amostra. O primeiro foi publicado por todas as empresas nos três exercícios, enquanto o segundo só não foi divulgado pela GERDAU nos exercícios de 2007 e 2008, uma vez que, nesse período, a empresa não publicou o Balanço Social. Diante da falta de informações do indicador bem-estar da comunidade pela GERDAU, é possível perceber a importância da publicação do Balanço Social.

Para divulgação do valor das ações as empresas utilizaram as Notas Explicativas e o Relatório da Administração. Nota-se que esse critério foi divulgado em valores (unitários ou totais) ou ainda através da sua evolução.

De acordo com a Lei das Sociedades por Ações, as Notas Explicativas são usadas para esclarecimento da situação patrimonial da empresa e dos resultados do exercício (BRASIL, 1976). No entanto, esse estudo permitiu constatar que, nas empresas analisadas, este relatório também possui informações necessárias à análise da responsabilidade social. Também se constatou que as Notas Explicativas publicadas por essas empresas possuem informações valiosas aos usuários da Contabilidade que buscam a transparência das práticas sociais adotadas.

Mesmo sendo obrigatória a publicação destes relatórios, é possível verificar que não seguem um padrão específico. As empresas publicam informações de formas variadas, o que acaba por prejudicar a comparação entre elas. Tal falta de padronização pode ser exemplificada pela publicação do Balanço Social. Este relatório foi divulgado pela CEMIG junto com o Relatório da Administração, enquanto a GERDAU, a PETROBRÁS e a VALE divulgaram-no nas Notas Explicativas.

Para divulgação do retorno sobre o investimento, além das Notas Explicativas e do Relatório da Administração, as empresas também publicaram informações na Demonstração do Resultado do Exercício – DRE, na Demonstração do Valor Adicionado – DVA e no Balanço Social.

Já o bem-estar da comunidade foi analisado pelo valor das doações, em sua maioria por meio do Relatório da Administração e do Balanço Social. As Notas Explicativas foram usadas somente pelo BANCO DO BRASIL.

Outra forma sugerida por Hopkins (1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003) para analisar o bem-estar da comunidade é através dos programas com porcentagem de ganhos. Porém nenhuma das empresas da amostra fez menção dessa medida.

O código de ética foi mencionado pela CEMIG e pela PETROBRÁS por meio do Relatório da Administração. Tais empresas comentaram sobre a existência desse código, mas não o publicaram por inteiro.

A irresponsabilidade corporativa ou atividades ilegais pode ser divulgada, segundo Hopkins (1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003), através de multas, número de *recalls* de produtos, emissão de poluentes ou, ainda, pode ser medida por meio da comparação a algum padrão industrial. Para publicação desse indicador, a CEMIG – única empresa a divulgar informações a respeito – usou as Notas Explicativas. É possível perceber, diante deste fato, que as

organizações não estão divulgando as ações que possam gerar uma imagem negativa das mesmas. Com isso, as publicações apresentam-se insuficientes.

O último indicador social do interesse dos proprietários/acionistas que Hopkins (1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003) indica é a filantropia corporativa. Este deveria ser analisado pelo valor das doações antes do Imposto de Renda, com porcentagens de ganho; no entanto, nenhuma entidade publicou informações a respeito do assunto.

Diante da análise, percebe-se que o principal indicador divulgado foi a lucratividade e as principais formas de publicação dos dados e informações sobre Responsabilidade Social do interesse dos proprietários/acionistas foram o Relatório da Administração e as Notas Explicativas. Estes relatórios foram os mais utilizados pelo fato de serem descritivos, buscando sempre apresentar as informações complementares às demonstrações contábeis.

## 5.2 Executivos

Segundo Andrade e Rossetti (2004), os executivos são os usuários da Contabilidade que estão diretamente envolvidos com as operações corporativas. Dentre seus interesses estão o desempenho estratégico no ambiente de negócios, a maximização da riqueza dos acionistas, a otimização do retorno sobre ativos tangíveis, dentre outros.

De acordo com a classificação de Hopkins (1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003), a Responsabilidade Social deve ser analisada pelos executivos através da aplicação do código de ética de formas demonstráveis e mensuráveis. As empresas que o aplicaram foram a CEMIG e a PETROBRÁS através do Relatório da Administração.

Andrade e Rossetti (2004, p. 85) explicam que a Lei Sarbanes-Oxley, aprovada em julho de 2002 pelo Congresso dos Estados Unidos, “promoveu ampla regulação da vida corporativa, fundamentada nas boas práticas de governança”. Os autores ainda complementam que tal lei possui quatro valores: conformidade legal, prestação responsável de contas, mais transparência e senso de justiça.

Nota-se, assim, que a CEMIG e a PETROBRÁS foram as únicas empresas que seguiram a Lei Sarbanes-Oxley e, por consequência, adequaram e publicaram o código de ética. Para a divulgação dessa informação o demonstrativo usado foi o Relatório da Administração, é neste que os principais fatos ocorridos no exercício são descritos.

## 5.3 Funcionários

Os funcionários são os *stakeholders* internos, esperam que seus empregadores lhes dêem condições físicas de trabalho, fixem salários e horários de trabalho, dentre outras condições. Lourenço *et al* (2003) afirmam que tais obrigações estão previstas por lei, e defendem também a importância de se investir no desenvolvimento pessoal e individual dos funcionários.

Com relação a esses usuários, o indicador pagamento, subsídios e benefícios foi demonstrado em todos os relatórios, porém não seguiu o critério sugerido por Hopkins (1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003). O autor indica que as empresas publiquem um *ranking* em relação a empresas similares, o que não aconteceu. As empresas simplesmente divulgaram informações que mostram a preocupação com o ambiente interno, como investimentos em treinamentos, desenvolvimento e outros benefícios para os funcionários.

Há ainda vários outros aspectos que devem ser levados em consideração para essa análise. No entanto, todos se voltam para um mesmo ponto: a ausência de padronização das publicações e a falta de clareza e transparência das informações. Para melhor crítica das demonstrações, esse indicador foi analisado por empresa.

O BANCO DO BRASIL foi a primeira empresa analisada e para isso foi necessário considerar algumas informações. Antes, porém, é válido ressaltar que as informações relativas ao indicador pagamento, subsídios e benefícios foram publicadas nas Notas Explicativas, no Relatório da Administração, na DVA e na DRE. Já o Balanço Social não foi utilizado.

Comparando os valores das participações nos dois trechos, é possível perceber uma grande divergência. O valor do primeiro deve ser considerado em milhões, o que representa uma participação nos lucros de R\$ 1.134.000.000. Já o segundo não apresenta a forma como deve ser analisado, o que permite entender o seu valor como realmente está. Tal fato gera interpretações errôneas e revela a falta de padronização dos dados: facilitaria a análise se o BANCO DO BRASIL tivesse publicado os valores de uma única maneira.

A CEMIG foi a segunda empresa analisada e apresentou dados e informações sobre pagamentos, subsídios e benefícios tanto nas Notas Explicativas, no Relatório da Administração e no Balanço Social, como na DVA e na DRE. A empresa não apresentou nenhuma controvérsia em suas publicações. De qualquer forma, é importante comparar os dados publicados pelo BANCO DO BRASIL e por essa empresa. A primeira entidade apresentou os valores em milhões, enquanto a segunda em mil reais. Mais uma vez, percebe-se a falta de padronização das publicações.

A terceira empresa analisada foi a GERDAU. Para análise dessa empresa, dois pontos foram cruciais. O primeiro, semelhante ao ocorrido no BANCO DO BRASIL, é a falta de padronização na publicação, que pode ser percebido pela participação nos resultados que ora foram publicados em milhões, ora em milhar.

O segundo aspecto – e mais importante – a ser considerado no estudo da GERDAU, é a ausência da publicação do Balanço Social nos exercícios de 2007 e 2008. Esse fato mostra que a empresa não está preocupada em divulgar a sua responsabilidade social, o que impede que os interessados tomem conhecimento da linha de conduta que a entidade segue.

Desse modo, é possível afirmar que a empresa, ao invés de melhorar as suas publicações, tornou-se menos transparente ao longo do período. Esse fato também pode ser comprovado pelos relatórios: em 2006, o indicador foi divulgado em todos os demonstrativos; já em 2007 e 2008, além da não publicação do Balanço Social, nenhuma informação foi divulgada no Relatório da Administração.

A Petrobrás também publicou informações no Balanço Social, nas Notas Explicativas, no Relatório da Administração, na DVA e na DRE. Comparando as duas informações, é possível perceber que a soma dos indicadores sociais internos ultrapassou nove bilhões, pois, no segundo trecho, o valor das participações dos empregados foi dado em mil reais (R\$ 1.344.526.000). Caso contrário, o total dos indicadores sociais seria menor que a participação dos funcionários nos lucros. Como aconteceu com o BANCO DO BRASIL e a GERDAU, esta divergência mostra a falta de padronização, clareza e transparência entre as demonstrações da mesma empresa.

Finalmente, foi analisada a publicação da VALE, que divulgou informações nas Notas Explicativas, no Relatório da Administração, na DVA e no Balanço Social. No caso dessa empresa, o problema é um pouco maior: a única informação publicada com os respectivos valores dos investimentos foi esta, o que não permite concluir se tais valores representam milhões ou bilhões. É pouco provável que os indicadores laborais não tenham chegado nem a três mil reais.

Dando seqüência aos indicadores sociais do interesse dos funcionários, o segundo analisado foram as relações sindicato/empresa, que foram divulgadas pelas boas relações e pela evidência de controvérsia – a GERDAU não divulgou essas informações nos exercícios de 2007 e 2008 e o BANCO DO BRASIL não as divulgou. As boas relações foram publicadas nas Notas Explicativas, no Relatório da Administração e no Balanço Social,

enquanto a PETROBRÁS – única empresa que divulgou a evidência de controvérsia – fez a publicação somente nas Notas Explicativas.

As questões de segurança foram publicadas pela CEMIG no Balanço Social e pela VALE no Relatório da Administração, enquanto a GERDAU e a PETROBRÁS utilizaram ambos os relatórios. Tais informações foram medidas pelos litígios e penalidades.

Diante dos resultados encontrados na evidência de controvérsia entre sindicato/empresa e nos litígios e penalidades das questões de segurança, é possível perceber que ainda há uma grande resistência em se publicar dados e informações que permitam uma crítica negativa das empresas. Do mesmo modo que existe obrigação em se publicar algumas demonstrações, deveria haver critérios a serem seguidos para divulgação dos relatórios contábeis.

Com relação à existência de políticas para mulheres e minorias, a única empresa que especificou o assunto foi o BANCO DO BRASIL e esta o fez através do Relatório da Administração. No entanto, a CEMIG, a GERDAU e a PETROBRÁS publicaram outras informações no Balanço Social referentes à posição das mulheres e minorias nas entidades, mas não fizeram menção na posição no *ranking* com relação a empresas similares nem a litígios e penalidades, como foi sugerido por Hopkins (1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003).

A CEMIG foi a única empresa que publicou informações sobre a quantidade de demissões de funcionários nos exercícios de 2006 e 2008. No entanto, ela não citou a frequência das demissões nem o critério dos indivíduos escolhidos, medidas recomendadas por Hopkins (1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003).

O último indicador para esses usuários, segundo o critério de Hopkins (1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003), é a quantidade de funcionários proprietários. Na verdade, todas as empresas da amostra são sociedades anônimas de capital aberto, o que significa que as ações das entidades estão disponíveis para serem adquiridas por qualquer pessoa que tiver interesse.

A publicação desse indicador seria interessante para demonstrar aos demais usuários que os funcionários acreditam na empresa em que trabalham e que essa atua com posturas éticas atraindo a confiabilidade de seus *stakeholders*. Mesmo assim, nenhuma entidade a fez.

Diante do exposto, é possível perceber a importância da publicação de todos os indicadores sociais em seus vários relatórios, o que demonstra a transparência de atitudes socialmente responsáveis, além de permitir que os relatórios possam complementar um ao outro. No entanto, é necessário fazer tal divulgação de forma clara, coerente e padronizada; caso contrário, as informações podem ser interpretadas erroneamente. Foi constatado que não há uma preocupação por parte de todas as empresas em prevenir esse problema.

#### 5.4 Clientes/consumidores

Os clientes/consumidores são *stakeholders* externos que buscam, segundo Lourenço *et al* (2003), uma melhoria de competência, eficiência e maiores disponibilidades dos produtos ou serviços. Além disso, o bom atendimento é outra grande referência para esses usuários.

Os indicadores de responsabilidade social mais divulgados e que interessam a esses usuários foram o *recalls* de produtos, divulgado no Relatório da Administração, e os litígios com relação aos clientes/consumidores. O primeiro foi publicado pelo Banco do Brasil em 2006 e 2007, pela CEMIG e pela VALE nos três exercícios, e pela Petrobrás em 2006. Já o segundo foi divulgado pela CEMIG e pela PETROBRÁS nos três exercícios. As empresas publicaram informações sobre o número absoluto desse indicador, mas não divulgaram os litígios ou penalidades, como sugerido por Hopkins (1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003).

Aumentar o leque de produtos e serviços e melhorar as suas disponibilidades demonstra a preocupação que as empresas têm em aperfeiçoar a qualidade no atendimento aos clientes. No entanto, as entidades divulgaram os benefícios em favor de seus consumidores,

mas não divulgaram litígios ou penalidades, nem mesmo quando foram realizadas ações de aperfeiçoamento e tentativa de não provocar os mesmos danos.

A controvérsia pública sobre produtos ou serviços só foi publicada pelo BANCO DO BRASIL e pela CEMIG, sendo que a primeira empresa fez a divulgação somente em 2007 e a segunda a fez nos três exercícios. Já o código de ética e a propaganda enganosa não foram publicados por nenhuma entidade. A divulgação da controvérsia pública sobre produtos ou serviços foi divulgada pelo BANCO DO BRASIL no Relatório da Administração e pela CEMIG no Balanço Social. Ambas as empresas apresentaram informações que comprovam ser socialmente responsáveis, já que não tiveram reclamações e críticas de seus clientes/consumidores.

A CEMIG publicou, nas Notas Explicativas, litígios com relação à fixação de preços indevidos cobrados aos clientes/consumidores, enquanto a PETROBRÁS, por meio do Balanço Social, divulgou informações sobre a quantidade de reclamações e críticas de consumidores.

As informações que interessam aos clientes/consumidores foram publicadas no Relatório da Administração. Tais informações estiveram relacionadas principalmente a *recalls* de produtos e somente a CEMIG e a PETROBRÁS divulgaram litígios com relação a esses usuários. Para publicação desses litígios, foram utilizadas as Notas Explicativas e o Balanço Social.

## 5.5 Meio ambiente

De acordo com Dias (2009), as entidades são as principais culpadas pelo esgotamento e pelas modificações ocorridas nos recursos naturais. Diante dessa afirmação, é coerente afirmar que as empresas devem buscar cada vez mais atitudes ambientalmente corretas que se relacionam à Responsabilidade Social.

Os indicadores de meio ambiente mais divulgados pelas entidades, respectivamente, foram o uso de etiqueta ecológica nos produtos, a poluição e a reciclagem e uso de produtos reciclados. O primeiro foi divulgado por todas as empresas, sendo que o BANCO DO BRASIL e a GERDAU não fizeram as publicações nos exercícios de 2007 e 2008; e o segundo foi destacado pela CEMIG e pela PETROBRÁS nos três exercícios e pela VALE em 2006. Já o último indicador foi divulgado somente pela CEMIG e pela GERDAU. O lixo tóxico, que é outro indicador de meio ambiente segundo a classificação de Hopkins (1997, *apud* ASHLEY *et al*, 2003), não foi divulgado por nenhuma empresa.

O principal indicador social relacionado ao meio ambiente – uso de etiqueta ecológica nos produtos – foi divulgado pela CEMIG, pela GERDAU e pela VALE no Relatório da Administração e no Balanço Social, enquanto o BANCO DO BRASIL utilizou só o primeiro como forma de publicação. Já a PETROBRÁS, além destes relatórios, também divulgou informações nas Notas Explicativas.

Além de demonstrar a maneira como as publicações foram feitas pelas entidades, é importante também comparar as informações. Para facilitar esse estudo, a análise foi feita por empresa, a começar pelo BANCO DO BRASIL.

A única informação divulgada pelo BANCO DO BRASIL que comprova a preocupação com o meio ambiente foi esta. Além de não ter publicado nenhum dado sobre o total de investimentos ambientais no período, nenhuma outra informação foi divulgada nos exercícios de 2007 e 2008. Isso evidencia a falta de transparência das publicações.

Para a CEMIG foi necessário fazer duas comparações. A primeira delas mostra a falta de padronização das publicações de um exercício para o outro. É possível verificar que as informações foram publicadas de maneiras diferentes em 2006 e 2007, sendo que neste último

exercício não há como constatar o total dos investimentos em meio ambiente realizados no ano.

A segunda comparação mostra a falta de clareza entre os dados publicados. O primeiro trecho informa os investimentos no Programa de Eficiência Energética da CEMIG, mas não é possível afirmar com exatidão que esses investimentos estão incluídos no total de recursos em meio ambiente, descritos no segundo trecho.

A terceira empresa analisada foi a GERDAU. Além da falta de padronização das informações – os valores dos investimentos foram publicados ora em dólar, ora em reais –, há uma ausência de clareza quanto ao segundo trecho. Só foi possível considerar o total dos indicadores ambientais em milhões, depois da análise da terceira informação.

Outro aspecto importante da GERDAU está relacionado à falta de transparência das informações. Além de não ter publicado o Balanço Social nos exercícios de 2007 e 2008, a empresa também não divulgou, nesse período, nenhuma informação sobre os investimentos ambientais em outros relatórios.

A quarta empresa analisada foi a PETROBRÁS – única empresa que publicou informações sobre a responsabilidade ambiental nas Notas Explicativas. Isso mostra uma busca maior pela transparência da Responsabilidade Social.

Semelhante ao que aconteceu nas outras empresas, o total dos investimentos da PETROBRÁS em meio ambiente, publicado no Balanço Social, só pôde ser considerado milhões depois que as informações do Relatório da Administração foram analisadas, o que mostra a falta de clareza e de padronização.

Por último, foram analisados os investimentos ambientais da VALE. O primeiro trecho mostra a falta de clareza das informações, uma vez que não afirma se os investimentos realizados em meio ambiente foram em mil, milhões ou bilhões. Já o segundo trecho mostra a falta de padronização, devido à publicação dos investimentos em dólar.

Dando seqüência aos indicadores sociais relacionados ao meio ambiente, o segundo mais divulgado foi a poluição. Este indicador, segundo Hopkins (1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003), pode ser analisado pela *performance* com relação a índices, pelos litígios e pelas multas.

A *performance* com relação a índices foi divulgada pela GERDAU nas Notas Explicativas, no Balanço Social e no Relatório da Administração. Já a PETROBRÁS e a VALE publicaram informações somente neste último demonstrativo.

Litígios ligados à poluição foram publicados pela CEMIG nas Notas Explicativas e pela PETROBRÁS no Relatório da Administração, enquanto as multas com poluição foram divulgadas somente pela CEMIG, também nas Notas Explicativas.

Hopkins (1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003) sugere que as informações sobre a reciclagem e o uso de produtos reciclados sejam medidas através de porcentagens. No entanto, a CEMIG e a GERDAU publicaram informações sobre o assunto, mas não dessa maneira o que dificulta que sejam percebidas de forma clara se essas ações são significativas.

Os relatórios usados para a publicação desse indicador foram as Notas Explicativas, o Balanço Social e o Relatório da Administração. Enquanto a GERDAU utilizou todos estes, a CEMIG divulgou informações somente no último.

O outro indicador de meio ambiente – lixo tóxico –, de acordo com a classificação de Hopkins (1997, *apud* ASHLEY *et al*, 2003), pode ser medido pela *performance* com relação a índices, pelos litígios e pelas multas. No entanto, nenhuma entidade divulgou informações sobre o assunto.

Diante do exposto, é possível afirmar que há uma preocupação por parte das empresas em divulgar indicadores sobre os investimentos que realizam em meio ambiente e a principal meio utilizado para essa divulgação é o Relatório da Administração. Contudo, é aconselhável

que as entidades publiquem informações mais transparentes e padronizadas, de maneira a tornar possível o entendimento por qualquer pessoa.

## 5.6 Comunidade

Para Lourenço *et al* (2003), investir na comunidade, além de uma retribuição, é uma forma de aperfeiçoar o desenvolvimento interno e externo da organização. Dessa forma, divulgar informações sobre os benefícios que a empresa proporciona para a sociedade é de grande vantagem para ela própria.

O envolvimento direto em programas comunitários, segundo o critério sugerido por Hopkins (1997, *apud* ASHLEY *et al*, 2003), pode ser medido através de números, resultados, custos e benefícios. No entanto, essas medidas são complementares e muitas vezes as informações se enquadram em mais de uma delas.

Os indicadores mais divulgados foram doações corporativas para programas comunitários e envolvimento direto em programas comunitários. Devido a não divulgação do Balanço Social, a GERDAU não publicou essas informações nos exercícios de 2007 e 2008.

Com relação às controvérsias ou litígios com a comunidade, a única empresa que publicou informações sobre o assunto foi a CEMIG nos exercícios de 2007 e 2008. Com relação às doações corporativas para programas comunitários e o envolvimento direto em programas comunitários, as mesmas foram divulgados pelas cinco empresas, sendo que uma delas fez a publicação em apenas um exercício e as demais em todo o período, o que equivale a um total de treze publicações com o assunto. Já as controvérsias ou litígios com a comunidade foram publicadas por apenas uma empresa em dois exercícios da amostra.

As principais formas de divulgação desses dados foram o Relatório da Administração, o Balanço Social e as Notas Explicativas. Enquanto a CEMIG, a GERDAU e a PETROBRÁS divulgaram informações nos três relatórios, o BANCO DO BRASIL só utilizou o primeiro e a VALE usou o primeiro e o segundo.

As doações corporativas para programas comunitários foi o segundo indicador analisado. As informações correspondentes foram divulgadas no Relatório da Administração e nas Notas Explicativas pelo BANCO DO BRASIL, enquanto as demais empresas utilizaram o Balanço Social e o Relatório da Administração.

Com relação às controvérsias ou litígios com a comunidade, a CEMIG – única empresa que divulgou informações referentes a esse indicador – utilizou as Notas Explicativas para publicação. As informações analisadas mostram que a empresa esteve sujeita a um processo por dano.

É possível perceber que as empresas estão continuamente publicando informações sobre a Responsabilidade Social para com a comunidade: as entidades procuram investir em projetos sociais, além de implementar programas comunitários. Entretanto, informações que concedem uma visão negativa das empresas são pouco mencionadas em detrimento da transparência das informações. Nota-se ainda que nenhum padrão foi seguido, o que prejudica a clareza das publicações. Além de publicar os valores de formas diferentes, a VALE divulgou em dólar seus investimentos em ações sociais.

## 5.7 Fornecedores

Os fornecedores, de acordo com Ashley *et al* (2003), esperam que as empresas desenvolvam um comércio ético, nacional ou internacional, quando da seleção, capacitação e retenção desses usuários. Isso inclui as dimensões econômica, ambiental e social.

O principal indicador que foi publicado para esses usuários foi o código de ética da empresa. A PETROBRÁS utilizou, além do Balanço Social – como foi feito pela CEMIG e pela VALE –, o Relatório da Administração.

Destaca-se que as empresas estão desenvolvendo projetos e programas para melhoria da relação entre as entidades e os fornecedores. Isso comprova o comércio ético em suas várias dimensões, como foi descrito por Ashley *et al* (2003).

Os resultados dos litígios/penalidades foram divulgados somente pela VALE por meio das Notas Explicativas. Já o código de ética dos fornecedores e as controvérsias públicas não foram publicados por nenhuma entidade.

Nota-se que, para divulgação das ações sociais do interesse dos fornecedores, o principal relatório utilizado foi o Balanço Social. As empresas publicaram maiores informações sobre as condutas utilizadas para se relacionar com esses usuários, porém faltou transparência com relação às controvérsias, litígios e penalidades.

## 6 Considerações finais

No desenvolvimento dessa pesquisa, buscou-se identificar os principais indicadores sociais divulgados, bem como as formas de publicação dos dados e informações sobre a Responsabilidade Social e os dados relativos aos programas sociais implementados por cinco sociedades anônimas de capital aberto no período de 2006 a 2008.

Dessa forma, as informações sociais publicadas pelas entidades foram de fundamental importância para esse estudo. Por isso a escolha pelo BANCO DO BRASIL, CEMIG, GERDAU, PETROBRÁS e VALE, que são empresas que publicam os relatórios anuais e, por meio destes, divulgam informações sobre a Responsabilidade Social.

Com base no modelo sugerido por Hopkins (1997 *apud* ASHLEY *et al*, 2003), que serviu de base para a análise realizada, foi possível constatar que os indicadores sociais mais publicados pelas entidades foram a lucratividade/valor do interesse dos proprietários/acionistas e o pagamento, subsídios e benefícios do interesse dos funcionários.

Diante desse resultado, verifica-se que, embora as empresas estejam preocupadas em divulgar as ações voltadas para a Responsabilidade Social, um de seus principais interesses ainda continua sendo a divulgação de dados relacionados à lucratividade.

Constatou-se também que as principais demonstrações utilizadas pelas entidades para divulgar os dados e informações sobre a Responsabilidade Social foram o Relatório da Administração, as Notas Explicativas e o Balanço Social, respectivamente. Percebe-se, assim, que, mesmo sendo considerado o mais apropriado para a publicação das informações sobre a Responsabilidade Social, o Balanço Social ainda não é o mais utilizado como forma de divulgação dessas informações.

Além disso, a não publicação do Balanço Social pelo BANCO DO BRASIL no período da amostra e pela GERDAU nos exercícios de 2007 e 2008 mostra uma ausência de padronização quando são divulgadas as demonstrações. Outra constatação decorrente desse fato é que não houve um progresso no que se refere à transparência de uma das empresas analisadas. A GERDAU publicou o Balanço Social em 2006, mas não nos exercícios subsequentes.

Também evidenciam a redução de transparência das informações ao longo do período da amostra os investimentos em programas que beneficiaram os funcionários e a comunidade e os projetos voltados para a conservação e/ou recuperação do meio ambiente. Tanto o BANCO DO BRASIL como a CEMIG e a PETROBRÁS publicaram menos informações desses programas sociais em 2008 do que no exercício de 2006.

Nota-se, portanto, que ainda são necessárias melhorias com relação à transparência, clareza e padronização na publicação dos indicadores que permitam verificar se as empresas são efetivamente socialmente responsáveis.

## Referências

ANDRADE, Adriana; ROSSETTI, José Paschoal. *Governança corporativa: fundamentos, desenvolvimento e tendências*. São Paulo: Atlas, 2004. 412p.

ASHLEY, Patrícia Almeida *et al.* *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva, 2003. 205p.

BLAU, Peter; SCOTT, W. Richard. 1997 *apud* OLIVEIRA, José Arimatés de. Responsabilidade social em pequenas e médias empresas. *Revista de Administração de Empresas*, v. 24, n. 4, p. 203-205, out./dez. 1984.

BOOG, Gustavo; BOOG, Magdalena. *Manual de gestão de pessoas e equipes: estratégias e tendências*. v. 1. São Paulo: Editora Gente, 2002. 632p.

BRASIL. Lei das Sociedades por Ações. In: CCIVIL: Casa Civil. PLANALTO, 1976. Lei nº 6.404, de 1976. Dispõe sobre as Sociedades por Ações. Brasília-DF, 15 dez. 1976. Disponível em: <<http://www.planalto.gov.br/CCIVIL/LEIS/L6404consol.htm>>. Acesso em: 09 maio 2009.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. *Demonstrações contábeis das empresas analisadas*. Disponível em: <<http://www.cvm.org.br>>. Acesso em: 21 maio 2009.

DIAS, Reinaldo. *Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade*. São Paulo: Atlas, 2009. 196p.

HOPKINS, M. Defining Indicators to Assess Socially Responsible Enterprises. *Futures*, Kidlington, v. 29, nº 7, p. 581, 1997 *apud* ASHLEY, Patrícia Almeida *et al.* *Ética e responsabilidade social nos negócios*. São Paulo: Saraiva, 2003. 205p.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. *Manual de contabilidade das sociedades por ações: aplicável às demais sociedades*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006. 569p.

LOURENÇO, Alex Guimarães *et al.* *Responsabilidade social das empresas: a contribuição das universidades*. 2. ed. São Paulo: Peirópolis, 2003. 495p.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. *Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor*. Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2001. 189p.

RICHARDSON, Roberto Jarry. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999. 334p.

SILVA, Alexandre Alcântara da. *Estrutura, análise e interpretação das demonstrações contábeis*. São Paulo: Atlas, 2007. 195p.

TENÓRIO, Fernando Guilherme *et al.* *Responsabilidade social empresarial: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004. 207p.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. *Balço social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações*. São Paulo: Atlas, 2009. 243p.