

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: ESTUDO NAS EMPRESAS LISTADAS NO
PROGRAMA EM “BOA COMPANHIA” DA BOLSA DE VALORES -
BM&FBOVESPA**

**SOCIAL RESPONSIBILITY: THE COMPANIES LISTED IN THE STUDY
PROGRAMME ON "GOOD COMPANY" STOCK EXCHANGE - BM&FBOVESPA**

¹Aline Eidt, ²Odir Luiz Fank, ³Mara Vogt, ⁴Larissa Degenhart

RESUMO

Este estudo tem por objetivo geral, analisar a evidenciação nos relatórios da administração dos projetos sociais relacionados à comunidade das empresas do grupo “Em Boa Companhia” listadas na BM&FBOVESPA no período de 2009 a 2011. Realizou-se uma pesquisa exploratória, documental, com abordagem qualitativa. A coleta de dados foi realizada nos relatórios da administração das 10 empresas que possuem ações na Bolsa de Valores de São Paulo - BM&FBOVESPA e estão listadas no Programa “Em Boa Companhia”, sendo este relacionado à divulgação da Responsabilidade Social para a comunidade. Os resultados demonstram que, nem todos os projetos desenvolvidos pelas empresas analisadas estão sendo evidenciados nos relatórios da administração, evidenciando que a maioria das empresas não apresentam projetos que se encontram na BM&FBOVESPA, mais especificamente no Programa “Em Boa Companhia”. Portanto, os resultados apontam que os projetos divulgados por algumas empresas não estão sendo evidenciados em todos os períodos analisados.

Palavras-Chave: Responsabilidade Social; Evidenciação; Relatório da administração.

ABSTRACT

This study aims to examine the disclosure in the reports of the administration of social projects related to the community of the group companies "In Good Company" listed on the BM&FBOVESPA in the period 2009-2011. We conducted an exploratory, documentary research a qualitative approach. Data collection was carried out in the reports of the directors of 10 companies that hold shares on the São Paulo Stock Exchange - BM&FBOVESPA and are listed on the Program "In Good Company", this being related to disclosure of social responsibility to the community. The results show that not all projects developed by companies analyzed have been evidenced in management reports, showing that most companies do not have projects that are on the BM&FBOVESPA, more specifically in the program "In Good Company". Therefore, the results suggest that projects released by some companies are not being shown in all periods analyzed.

Keywords: Social Responsibility; Disclosure; Management report.

¹Aline Eidt: Graduada em Ciências Contábeis pela Sociedade Educacional de Itapiranga - SEI FAI Faculdades, SC, Assistente Contábil, Escritório Contábil Jorge Eidt, e-mail: aline.eidt@yahoo.com.br; ²Odir Luiz Fank: Mestre em Ciências Contábeis pela Universidade Regional de Blumenau (FURB), SC, Professor em Ciências Contábeis na FAI Faculdades de Itapiranga, SC, e-mail: odirfank@hotmail.com. ³Mara Vogt: Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Regional de Blumenau (FURB), SC, Estudante, e-mail: maravogtcco@gmail.com. ⁴Larissa Degenhart: Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Regional de Blumenau (FURB), SC, Estudante, e-mail: lari_ipo@hotmail.com.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, no Brasil como também em outros países, os problemas sociais apresentam-se de grande interesse para os empresários. Com o interesse de desenvolver projetos sociais, muitas empresas estão engajadas a obter um comprometimento com a sociedade. O principal compromisso dessas organizações está voltado para a responsabilidade social com foco nas relações entre as instituições e a comunidade (SOUZA, 2007).

Além de desenvolver ações sociais, as empresas buscam evidenciar nos seus relatórios essas ações desenvolvidas, com o intuito de mostrar para a sociedade que ela tem preocupações sociais. O relatório da administração é um dos meios previstos na legislação contábil brasileira para que as empresas possam divulgar essas informações (BOFF, 2007).

Para Horta, Ramos e Lima (2011), a responsabilidade social trata do cumprimento dos deveres e obrigações dos indivíduos e empresas para com a sociedade em geral. Nesse sentido, as instituições responsáveis socialmente necessitam integrar-se à comunidade, contribuindo de forma ética.

A responsabilidade ambiental deve ser entendida como o conjunto de ações realizadas além das exigências legais, mantendo o meio ambiente natural, livre de contaminação e saudável para ser usufruído pelas futuras gerações (COSTA, 2007).

Diante do exposto, o estudo tem como objetivo geral analisar a evidenciação nos relatórios da administração dos projetos sociais relacionados à comunidade das empresas do grupo “Em Boa Companhia” listadas na BM&FBOVESPA no período de 2009 a 2011.

Como objetivos específicos o estudo propõem: a) identificar quais os projetos sociais relacionados à comunidade evidenciados pelas empresas da amostra no seu relatório de administração no período de 2009 a 2011; b) descrever os projetos relacionados à comunidade evidenciados pelas empresas da amostra no seu relatório de administração no período de 2009 a 2011; c) verificar o que cada empresa evidencia em cada projeto relacionado à comunidade e d) comparar as evidenciações, destacando as empresas que desenvolvem mais projetos relacionados à comunidade.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Essa seção apresenta a revisão teórica desenvolvida na pesquisa. Inicia-se com a caracterização e conceitos sobre a responsabilidade social empresarial, responsabilidade ambiental, responsabilidade socioambiental. Em seguida, aborda-se sobre evidenciações enfatizando-se o relatório da administração e a evidenciação ambiental e social.

2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

A responsabilidade social começa a partir da própria empresa, na busca contínua do bem-estar dos seus funcionários, além de incentivar e investir no crescimento pessoal, profissional e social de seus funcionários. Para Moscovici (2000), a responsabilidade social não é uma atividade separada do negócio da empresa e sim, uma nova forma de gestão empresarial, existindo compromisso da empresa em relação à sociedade em geral. Desse modo, a responsabilidade social é entendida como o compromisso que a empresa tem com o desenvolvimento do bem-estar e a melhoria da vida dos funcionários, suas famílias e com a comunidade em geral.

Segundo Karkotli (2008), a responsabilidade social da empresa é a ética aplicada às realidades vivenciadas diariamente nas organizações. Ainda conforme o autor, a responsabilidade social atualmente é utilizada como importante aliada do desenvolvimento social do país, sendo uma forma de estabelecer um vínculo entre o setor econômico, social e ambiental. Várias empresas privadas, órgãos públicos, contribuem para a formação de uma sociedade mais justa e igualitária para todos.

Segundo Longenecker (1981), toda empresa deve reconhecer que sua responsabilidade social vai além das responsabilidades com seus clientes. Nota-se que o conceito de responsabilidade social designa, o reconhecimento da comunidade e da sociedade como partes interessadas da organização.

2.2 RESPONSABILIDADE AMBIENTAL

Um dos aspectos relacionados à questão ambiental nos últimos anos é a responsabilidade social tanto de indivíduos quanto da organização do setor público ou privado. A responsabilidade social na questão ambiental manifesta-se nos deveres básicos, tanto do cidadão, quanto das organizações (SOUZA, 2007).

No entanto, surgiu a responsabilidade ambiental, a ecologia e a empresa. A ecologia estuda a parte biológica da semelhança entre os organismos vivos e seu ambiente (KARKOTLI, 2008). A ecologia estabelece o suporte físico que fornece às empresas os recursos necessários para desenvolver suas atividades produtivas, sendo receptor dos resíduos que geram.

Conforme Nilsson (apud CORAZZA, 2003, p. 4)

gestão ambiental envolve planejamento, organização, e orienta a empresa a alcançar metas [ambientais] específicas, em uma analogia, por exemplo, com o que ocorre com a gestão de qualidade. Um aspecto relevante da gestão ambiental é que sua

introdução requer decisões nos níveis mais elevados da administração e, portanto, envia uma clara mensagem à organização de que se trata de um compromisso corporativo. A gestão ambiental pode se tornar também um importante instrumento para as organizações em suas relações com consumidores, o público em geral, companhias de seguro, agências governamentais, etc.

Diante disso, percebe-se que uma empresa precisa de organização com compromisso sério perante o público em geral, devendo envolver o planejamento e orientar a empresa para alcançar as metas desejadas.

2.3 RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

A responsabilidade socioambiental não é um tema recente, pois, desde a era da sociedade industrial abordava-se a Responsabilidade Social, apesar de ser um conceito mais simples, já que a responsabilidade social da empresa se resumia à geração de lucros e empregos para a sociedade (SOUZA, 2006).

Segundo Tinoco e Robles (apud CZESNAT, 2009 p. 44), a gestão ambiental pode ser entendida como

o sistema que inclui a estrutura organizacional, atividades de planejamento, responsabilidades, praticas, procedimentos, processos e recursos para desenvolver, implementar, atingir, analisar criticamente e manter a política ambiental. É o que a empresa faz para minimizar ou eliminar os efeitos negativos provocados no ambiente pelas suas atividades.

Sendo assim, a gestão ambiental não é somente uma forma de fazer com que as empresas evitam problemas ou riscos ambientais, mas sim, uma forma de adicionar valor a elas, pois seu desempenho ambiental é utilizado como fortes argumentos de negociações.

Para Dias (2009), as empresas que utilizam processos com exigências da legislação ambiental têm sua marca registrada, aumentando sua reputação no mercado e encontrando facilidade para impor novos negócios no mercado.

2.4 EVIDENCIAÇÃO

A evidenciação é uma das áreas mais amplas da contabilidade, pois abrange todo o sistema de informações contábeis. Para Aquino e Santana (1992), evidenciação significa divulgar com clareza, compreendendo de imediato o que está sendo comunicado.

Logo, para Almeida (2009), o termo evidenciação se refere a tornar claro, bem como, evidente as informações. Quando utilizamos na contabilidade estamos divulgando algum tipo de impacto para o usuário.

De acordo com Hendriksen e Van Breda (2007), a evidenciação diz respeito às formas e métodos de divulgação das informações de caráter financeiro de uma empresa, haja vista a crescente demanda dos usuários por informações contábeis que permitam conhecer as políticas da empresa e o seu reflexo no segmento em que atua.

Sendo assim, a empresa apresenta uma grande responsabilidade com a sociedade, haja vista que ela impacta de forma significativa em seu desenvolvimento. Portanto, é acessível que as empresas vêm evidenciando voluntariamente informações essenciais aos seus negócios, visando atender as expectativas e necessidades de seu público interno e externo.

2.4.1 Evidenciação ambiental e social

Segundo Boff (2007), os relatórios contábeis econômicos e financeiros evidenciam informações quanto à capacidade lucrativa e financeira das empresas. Os relatórios ambientais abrangem informações relacionadas ao envolvimento da administração diante do meio ambiente e sociedade.

Segundo Sancovski e Silva (2006), a evidenciação ambiental pode ser utilizada como uma ferramenta para reduzir a pressão política. Além disso, a evidenciação de informações sociais é considerado um meio das empresas provarem informações sobre suas atividades, legitimando seus comportamentos e ações, projetando assim, seus valores e suas ideias em resposta aos fatores externos. Para tanto, algumas empresas veem a necessidade de mudar seu desempenho atual, respeitando o meio ambiente e utilizam a evidenciação social para informar esse fato.

Rodrigues e Marinho (apud BOFF, 2007) destacam que, atualmente não é suficiente gerenciar as organizações, mas é preciso executar uma gestão que se relaciona com o bem estar social no âmbito organizacional e nas suas relações externas. Desse modo, a administração pode optar pela divulgação de informações dos resultados econômicos e financeiros relacionadas ao seu envolvimento com o meio ambiente e sociedade. Diante disso, as empresas evidenciam e geram informações sociais sobre suas atividades, com intuito de regularizar seus comportamentos e ações a fatores externos.

2.4.2 Relatórios Administrativos

O Relatório da Administração (RA) é um complemento das demonstrações contábeis e sua divulgação é obrigatória. Para Ribeiro (2006) esse relatório deve evidenciar um conjunto de informações adicionais que visam complementar as demonstrações financeiras de uma empresa para o processo de tomada de decisões.

Santos, Gallon e Ensslin (2007) ressaltam que o relatório da administração por ser descritivo possibilita o entendimento para um maior número de usuários, pois tem um poder maior de comunicação.

Para Hendriksen e Van Breda (2007), as informações devem estar disponíveis para o usuário antes que a empresa perca a sua capacidade de influenciar sua decisão. Por sua vez, o relatório da administração representa uma carta da diretoria e funciona como uma espécie de documento complementar às demonstrações contábeis que devem ser fornecidas pelos administradores e expressa as informações financeiras relevantes para a tomada de decisões.

Nesse sentido, as informações divulgadas no RA devem ser tratadas com transparência e responsabilidade pelos profissionais de contabilidade, pois são documentos que despertam interesse nas pessoas, entidades e sociedade e geral.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia da pesquisa consiste do método e das técnicas que o pesquisador utiliza para realizar a pesquisa. O presente estudo pode ser classificado como documental, exploratório e qualitativo.

Quanto à abordagem do problema, apresenta-se como uma pesquisa qualitativa. Para Richardson (2011, p. 79), o método qualitativo “difere, em princípio, do quantitativo à medida que não emprega um instrumental estatístico como base do processo de análise de um problema. Não pretende numerar ou medir unidades ou categorias homogêneas”.

Quanto aos fins, esta pesquisa caracteriza-se como exploratória. Para Rampazzo e Corrêa (2008, p. 72), “a pesquisa exploratória [...] visa explorar um problema, no intuito de proporcionar um maior esclarecimento acerca do mesmo, na expectativa de torná-lo explícito”.

Já quanto aos procedimentos técnicos, o trabalho se caracteriza como pesquisa documental. Segundo Rampazzo e Corrêa (2008, p. 77), “a análise documental consiste em uma série de operações que visa estudar e analisar um ou vários documentos para descobrir as circunstâncias sociais e econômicas com as quais podem estar relacionadas”.

A população da pesquisa é composta pelas empresas que possuem ações na BM&FBOVESPA. Deste modo, a amostra da pesquisa compõem 10 empresas que possuem ações na BM&FBOVESPA, listadas no Programa “Em Boa Companhia”.

Os dados coletados são de origem secundária, pois foram coletados nos Relatórios da Administração e no site da BM&FBOVESPA das empresas da amostra. A coleta de dados compreendeu um estudo longitudinal de três anos, no caso, o período de 2009 a 2011.

4 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção, primeiramente apresenta-se a caracterização do Programa “Em Boa Companhia”. Na sequência discorre-se o histórico das empresas pertencentes a amostra. Em seguida efetuou-se a análise individual dos projetos desenvolvidos pelas empresas perante a comunidade e por fim, apresenta-se a evidenciação ambiental e social de cada projeto desenvolvido pelas empresas evidenciadas no relatório da administração.

4.1 CARACTERIZAÇÃO DO PROGRAMA "EM BOA COMPANHIA"

O programa “Em Boa Companhia” é um portal de informações desenvolvido pela BM&FBOVESPA para divulgar as ações de responsabilidade social mantidas pelas companhias abertas. A iniciativa é uma estratégia para as empresas participarem da Bolsa de Valores de São Paulo, podendo divulgar seus programas sociais, fortalecendo sua imagem perante a comunidade em geral e adotam assim, um maior nível de transparência.

4.2 EMPRESA ALL

A empresa América Latina Logística (ALL) é a maior empresa independente de serviços de logística da América do Sul, que opera os modais ferroviários e rodoviários para diversos clientes em países como Brasil e Argentina (ALL, 2013).

De acordo com a BM&FBOVESPA, a empresa desenvolve três tipos de projetos na comunidade. Um desses projetos é a “Oficina de Talento ALL” que abrange jovens adolescentes do último ano do Ensino Médio de escola pública. Objetiva fornecer cursos de elétrica e mecânica básica aos estudantes, preparando-os para o mercado de trabalho.

Além disso, a “Oficina da Terceira Idade ALL” possibilita a aprendizagem e geração de renda extra para as famílias de algumas senhoras da comunidade, objetivando a médio prazo, a auto sustentabilidade dessas famílias. Nessa oficina são realizadas atividades de artesanato, crochê, pinturas, entre outras, sendo disponibilizados materiais e professores.

O terceiro projeto denomina-se “Vagão do Conhecimento” que oferece cursos, oficinas e palestras educativas à comunidade próximas à malha ferroviário da ALL. O espaço interno do vagão é dividido em duas partes, sendo a primeira para realização das oficinas e palestras educativas, e a outra transformada em um laboratório de informática. Na sequência a Tabela 1 apresenta os projetos evidenciados nos relatórios da administração pela empresa.

Tabela 1: Frequência de divulgação dos projetos da Empresa ALL

PROJETOS	2011	2010	2009
Oficina de Talentos ALL	-	-	-
Oficina da Terceira Idade ALL	-	-	-
Vagão do Conhecimento	-	-	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme a Tabela 1 a empresa ALL participa do programa “Em Boa Companhia” e desenvolve os projetos “Oficina de Talentos ALL”, “Oficina da Terceira Idade ALL” e “Vagão do Conhecimento” na comunidade. Porém, percebe-se que nos anos de 2009, 2010 e 2011 a empresa não evidenciou nenhuma ação desenvolvida em relação aos projetos no seu relatório da administração.

4.3 EMPRESA BANCO DO BRASIL

Para a empresa Banco do Brasil a responsabilidade social é ter a ética como compromisso e o respeito como atitude nas relações com funcionários, colaboradores, fornecedores, parceiros, clientes, credores e meio ambiente (BM&FBOVESPA, 2014).

O projeto desenvolvido por essa empresa para a comunidade é denominado de “Estratégia Desenvolvimento Regional Sustentável”. Este projeto tem como objetivo identificar, organizar e estruturar potencialidades locais para otimizar a capacidade produtiva dessas localidades e ainda, gerar novas oportunidades de negócio sustentável no mercado de baixa renda. Diante disso a Tabela 2 apresenta a frequência da divulgação dos projetos da empresa, suas evidenciações nos relatórios administrativos.

Tabela 2: Frequência de divulgação dos projetos da Empresa Banco do Brasil

PROJETO	2011	2010	2009
Estratégia Desenvolvimento Regional Sustentável	x	x	x

Fonte: Dados da pesquisa.

Por meio da Tabela 2 percebe-se que a empresa somente desenvolve um projeto social para a comunidade. Além disso, todos os anos houve evidenciação nos relatórios da administração. No ano 2009, conforme os dados disponibilizados no *site* da BM&FBOVESPA, a estratégia negocial do Desenvolvimento Regional Sustentável (DRS), estava em implementação com 4,5 mil planos de negócios que atenderam 1,1 milhões de famílias em 4,7 mil municípios brasileiros ao final desse ano de acordo com o Relatório de Administração do Banco do Brasil de 2009.

No ano de 2010, a estratégia negocial de Desenvolvimento Regional Sustentável – (DRS) do Banco contava com 3,8 mil planos de negócios em implementação, beneficiando 1,2 milhão de pessoas em 3,9 mil municípios brasileiros, com créditos programados na ordem de R\$ 5,1 bilhões, em investimento, custeio e giro. Dos R\$ 8,9 bilhões de créditos concedidos, R\$ 5 bilhões (56,2%) foram destinados por meio do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf). Já no ano de 2011, esse projeto contabilizou 4,1 mil planos de negócios em implementação, envolvendo 1,7 milhão de beneficiários em 4,1 mil municípios brasileiros.

4.4 EMPRESA BRASKEM

O objetivo principal da responsabilidade social para a empresa, de acordo com a BM&FBOVESPA é conciliar o crescimento dos negócios com o uso responsável dos recursos naturais e a qualidade de vida de seus profissionais e das comunidades na qual se fazem presentes.

Além disso, a empresa Braskem somente desenvolve um projeto para a comunidade, sendo ele o “Centro de Educação Ambiental Vila Pinto” que teve como objetivo trabalhar com triagem e venda de material reciclável, gerando renda para a comunidade, que conta com o apoio do Departamento Municipal de Limpeza Urbana, órgão responsável pela coleta do lixo. É apresentada a evidenciação no relatório da administração conforme a Tabela 3.

Tabela 3: Frequência de divulgação dos projetos da Empresa Braskem

PROJETO	2011	2010	2009
Centro de Educação Ambiental Vila Pinto	-	-	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme verificado no *site* da BM&FBovespa, a empresa Braskem desenvolve o projeto “Centro de Educação Ambiental Vila Pinto” na comunidade. Porém, percebe-se na Tabela 3 que nos anos de 2009, 2010 e 2011 a empresa não evidenciou nenhuma ação desenvolvida em relação ao projeto no relatório da administração.

4.5 EMPRESA CCR

O Grupo CCR é uma das maiores Companhia de concessões de infraestrutura no mundo, com atuação nos segmentos de concessão de rodovias, mobilidade urbana e serviços (CCR, 2014). A empresa é constituída com o objetivo de administrar concessões de rodovias federais e estaduais, pertencentes a seus acionistas controladores.

Em relação à comunidade desenvolve dois tipos de projetos, segundo a BM&FBOVESPA, sendo um deles o projeto “Eu Uso a Passarela” e outra a “Cine Tela Brasil”. O projeto “Eu Uso a Passarela” objetiva estimular a utilização das passarelas dispostas ao longo da rodovia, a fim de evitar atropelamentos e acidentes com pedestres. Para evitar esses acontecidos, a empresa promove a apresentação de brincadeiras e distribuição de panfletos informativos nas regiões de grande circulação de pedestres.

Já o projeto “Cine Tela Brasil” tem como objetivo levar cinema de qualidade e entretenimento as comunidades, exibindo sucessos do cinema nacional, informações importantes dos acontecidos nas regiões. A Tabela 4 demonstra a evidenciação nos relatórios da administração, apresentando as frequências de divulgação dos projetos da empresa.

Tabela 4: Frequência de divulgação dos projetos da Empresa CCR

PROJETOS	2011	2010	2009
Eu Uso a Passarela - CCR RodoNorte	-	-	-
Cine Tela Brasil	x	x	x

Fonte: Dados da pesquisa.

Pode-se observar que a empresa teve dois projetos e somente um deles foi evidenciado no relatório da administração, sendo que o projeto “Cine Tela Brasil” no ano de 2010 levou cinema para mais de 780 mil espectadores, muitos deles viram cinema pela primeira vez. Setenta e três filmes nacionais já foram exibidos gratuitamente. O público do “Cine Tela Brasil” em 2010 foi de 85.500 pessoas (CCR, 2014).

Quanto ao projeto “Cine Tela Brasil”, em 2011 a empresa ainda evidenciou o apoio a projetos que incentivam a prática do esporte e que contribuem para o meio ambiente, como o Projeto Saco Lona, que transforma faixas e banners de rodovia em sacolas, estojos e muitos outros produtos (CCR, 2014).

4.6 EMPRESA CEMIG

A Companhia Energética de Minas Gerais – CEMIG atua nas áreas de geração, transmissão, distribuição e comercialização de energia elétrica e ainda, na distribuição de gás natural, por meio da Gasmig. Em relação as telecomunicações, por meio da Cemig Telecom e no uso eficiente de energia, pela empresa Efficientia (CEMIG, 2014).

Conforme a BM&FBOVESPA o projeto desenvolvido pela empresa é o “ASIN/CEMIG - Ações Sociais Integradas”. O Projeto foi criado em 2000, para sistematizar e incentivar o trabalho voluntário dos empregados da CEMIG nas comunidades em que a

empresa atua. Objetiva implementar ações e projetos sustentáveis e contribuir para a melhoria da qualidade de vida das comunidades atendidas. A Tabela 5 apresenta a frequência de divulgação dos projetos da empresa e se os projetos foram evidenciados no relatório da administração.

Tabela 5: Frequência de divulgação dos projetos da Empresa Cemig

PROJETO	2011	2010	2009
ASIN/CEMIG - Ações Sociais Integradas	-	-	x

Fonte: Dados da pesquisa.

Nota-se que somente no ano de 2009 o projeto foi evidenciado no relatório da administração. Podemos destacar que o projeto está contribuindo para gerar recursos dirigidos a sustentabilidade de instituições, associações comunitárias, escolas e asilos nas comunidades onde a Empresa atua.

4.7 EMPRESA COSAN

A COSAN é um dos maiores grupos econômicos privados do Brasil, com negócios integrados nos segmentos de energia e infraestrutura (COSAN, 2014). Essa empresa desenvolve para a comunidade o programa “Educar na Praça” com intuito de resgatar as origens e tradições das cidades e seus habitantes, refletir sobre a realidade e aproximar ainda mais a empresa da comunidade (BM&FBOVESPA, 2014).

O programa é realizado anualmente em praças das cidades onde a Fundação COSAN atua e envolve a comunidade em brincadeiras, atividades lúdicas e criativas, além de estimular a busca pelo saber. A Tabela 6 evidencia a frequência da divulgação dos projetos da empresa no relatório da administração.

Tabela 6: Frequência de divulgação dos projetos da Empresa Cosan

PROJETO	2011	2010	2009
Educar na Praça	-	-	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Pode-se notar na Tabela 6 que a empresa não evidenciou nenhuma ação relacionada ao projeto “Educar na Praça” no seu relatório da administração nos anos de 2009, 2010 e 2011 analisados na presente pesquisa.

4.8 EMPRESA DURATEX

A Duratex S.A. é atualmente a maior empresa produtora de painéis de madeira industrializada e pisos, louças e metais sanitários do Hemisfério Sul. Com sede em São Paulo, conta com cerca de 12 mil colaboradores que atuam em 15 unidades industriais estrategicamente localizadas nos Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Pernambuco, Paraíba, Santa Catarina, Rio de Janeiro, além de três fábricas de painéis na Colômbia (DURATEX, 2014).

A “Escola de Marcenaria Tide Setúbal” foi inaugurada em 2000 na cidade de Agudos/SP, com o objetivo de proporcionar um aprendizado técnico de qualidade, com a preparação de jovens para o mercado de trabalho, contribuindo para a formação especializada para o fortalecimento do polo moveleiro na região (BM&FBOVESPA, 2014). A Tabela 7 apresenta a evidenciação no relatório da administração da frequência de divulgação do projeto que a empresa desenvolve.

Tabela 7: Frequência de divulgação do projeto da Empresa Duratex

PROJETOS	2011	2010	2009
Escola de Marcenaria Tide Satúbal	x	-	x

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme a Tabela 7, é possível verificar que o projeto “Escola de Marcenaria Tide Satúbal” está sendo evidenciado no relatório da administração nos anos de 2009 e 2011, sendo que em 2009, a empresa evidenciou seu projeto com dedicação em promover a formação técnica em marcenaria para jovens carentes da comunidade (DURATEX, 2014).

Além disso, no ano de 2011 a Companhia investiu aproximadamente R\$0,5 milhão em projetos estruturados e recorrentes da “Escola de Marcenaria Tide Setubal”, que oferece um ensino qualificado e profissionalização a jovens carentes.

4.9 EMPRESA INVEPAR

A Invepar é um grupo brasileiro que atua no mercado de infraestrutura de transportes, no Brasil e exterior, com foco em gestão e operação de rodovias, sistemas de mobilidade urbana e ainda, aeroportos (INVEPAR, 2014).

Este grupo reconhece seu compromisso de contribuir para o desenvolvimento sustentável das comunidades em torno das empresas que o compõem e por isso, implementa diferentes campanhas e projetos voltados para a inclusão social e o exercício da cidadania, através do Instituto INVEPAR (BM&FBOVESPA, 2014).

Os projetos voltados pela empresa à comunidade são: “Trânsito Legal – LAMSA/RJ”, “Trânsito Legal – CLN/BA” e “Gestão de Empreendimentos Comunitários”, estes que tem por finalidade orientar a população sobre segurança do trânsito nas ruas.

O projeto de “Trânsito Legal – LAMSA/RJ” de acordo com a BM&FBOVESPA visa sensibilizar e orientar os usuários da via e os moradores do entorno quanto aos aspectos inerente a segurança no trânsito, com ênfase na questão da responsabilidade individual do cidadão. A ideia é estimular os participantes a assumir seus compromissos com a cidadania, através do fortalecimento de hábitos, tornando o trânsito mais seguro, civilizado e humano. Além de difundir a utilização correta de meios de travessia de vias e logradouros, o projeto aborda também questões como opções seguras de lazer, riscos de soltar pipas próximo às vias.

Ainda desenvolveu-se o programa “Trânsito Legal – CLN/BA” este que tem por finalidade, contribuir na disseminação de orientações sobre segurança no trânsito para usuários e moradores das comunidades vizinhas à BA 099. Esse projeto se propõe a desenvolver ações de conscientização e educação no trânsito junto a pedestres, ciclistas e usuários da Rodovia, por meio de esclarecimentos quanto à melhor utilização dos equipamentos de segurança disponíveis, utilização do cinto de segurança e os riscos da direção sob efeito da ingestão de álcool e outras drogas (BM&FBOVESPA, 2014).

O programa de “Gestão de Empreendimentos Comunitários” para a BM&FBOVESPA tem o intuito de defender os anseios de organização, proporcionando assessoramento às lideranças no processo de construção dessa representatividade, bem como, favorecer a prática de ações integradas de desenvolvimento local e participação coletiva. Por meio da Tabela 8 apresenta-se a frequência dos projetos evidenciados no relatório da administração.

Tabela 8: Frequência de divulgação dos projetos da Empresa Invepar

PROJETOS	2011	2010	2009
Trânsito Legal - LAMSA/RJ	-	-	x
Trânsito Legal - CLN/BA	-	-	-
Gestão de Empreendimentos Comunitários	-	-	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Percebe se na Tabela 8 que a empresa evidencia no relatório da administração somente um projeto, sendo este o projeto “Trânsito Legal - LAMSA/RJ” evidenciado no ano de 2009. Este projeto teve como resultado, o envolvimento de aproximadamente 37 mil pessoas, incluindo caminhoneiros e crianças. Além disso, de acordo com o Relatório de Administração dessa empresa em 2009, foram distribuídas e instaladas cerca de 10 mil antenas antilinha de

pipa para motociclistas no Rio de Janeiro, além de material educativo e de segurança no trânsito para esse público objetivando a conscientização do público sobre a segurança no trânsito por meio de ações educativas e preventivas.

4.10 EMPRESA SANEPAR

Em 23 de janeiro de 1963 foi criada a empresa Saneamento do Paraná - SANEPAR. Essa empresa presta serviços de fornecimento de água tratada, coleta e tratamento de esgoto sanitário e gerenciamento de resíduos sólidos. A empresa é referência no setor, por aliar eficiência operacional e resultados econômicos a uma sólida política socioambiental (SANEPAR, 2014).

A empresa desenvolve três tipos de programas para a comunidade sendo elas a “Tarifa Social”, “Regulamentação Fundiária” e a “Agenda Unificada”. O programa “Tarifa Social” pretende dar o acesso de famílias de baixa renda de todo o Estado do Paraná os serviços de água e esgoto (BM&FBOVESPA, 2014).

Já o projeto “Regulamentação Fundiária” objetiva promover a regularização fundiária do Jardim Guarituba, com obras de drenagem, saneamento básico e reordenamento territorial, com vistas à melhoria da qualidade de vida daquela população. Ainda, o projeto “Agenda Unificada” tem o objetivo de desenvolver ações socioambientais integradas, de forma a envolver e conscientizar toda a população do Estado para a preservação do meio ambiente. Desde 2003, a SANEPAR e outras instituições têm participado ativamente do desenvolvimento de ações conjuntas e regionalizadas, em todo o Paraná, em datas comemorativas alusivas ao Dia Internacional da Água, Dia Internacional do Meio Ambiente, Dia da Árvore e Dia do Rio. Na Tabela 9 apresenta a evidenciação no relatório da administração dos projetos da empresa.

Tabela 9: Frequência de divulgação dos projetos da Empresa Sanepar

PROJETOS	2011	2010	2009
Tarifa Social	-	x	x
Regularização Fundiária	-	-	-
Agenda Unificada	-	x	x

Fonte: Dados da pesquisa.

Podemos observar que a empresa SANEPAR desenvolve três tipos de projetos para a comunidade, sendo que, dois destes foram evidenciados nos relatórios da administração nos anos de 2009 e 2010, ou seja, o projeto “Tarifa Social” e o projeto “Agenda Unificada”.

O projeto “Tarifa Social” em 2009 e 2010 beneficiou famílias que moravam em imóveis com até 70 metros quadrados de área construída e que tinham rendimento de no máximo dois salários mínimos por mês. Além disso, o consumo mensal de água não deve ultrapassar 10 metros cúbicos. Até essa faixa de consumo, o valor da tarifa reduzida para o abastecimento de água tratada é de R\$ 5,00 (BM&FBOVESPA, 2014).

Nestes mesmos dois anos o projeto “Agenda Unificada” buscou por meio da educação socioambiental, promover mudanças no padrão de compreensão do desenvolvimento para atender as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras de atender suas próprias necessidades (BM&FBOVESPA, 2014).

4.11 COMPARAÇÕES DA EVIDENCIAÇÃO DOS PROJETOS NAS EMPRESAS

Analisando as comparações feitas dos projetos desenvolvidos pelas empresas do Grupo “Em Boa Companhia” listada na BM&FBOVESPA no período de 2009 a 2011 para a comunidade, podemos apurar que somente duas empresas obtiveram todos os seus projetos evidenciados nos relatórios da administração nos períodos de 2009, 2010 e 2011.

A empresa Banco do Brasil desenvolveu somente um projeto para a comunidade, sendo que este foi evidenciado nos três anos analisados pelo relatório da administração disponível no *site* da BM&FBOVESPA.

A empresa CCR desenvolveu dois projetos, sendo um deles o projeto “Eu Uso a Passarela” e o outro “Cine Tela Brasil”. Desses projetos, o projeto “Cine Tela Brasil” foi evidenciado no relatório da administração nos três anos analisados. Já o projeto “Eu Uso a Passarela” não foi evidenciado em nenhum período.

Conforme podemos verificar na pesquisa, três empresas do grupo “Em Boa Companhia” em nenhum momento evidenciaram seus projetos desenvolvidos para a comunidade nos relatórios da administração nos anos de 2009 a 2011. Ainda podemos apurar que quatro empresas desse grupo evidenciaram pelo menos um dos seus projetos nos relatórios da administração em um dos anos analisados.

Dessa forma, não evidenciando as suas ações pode-se deduzir que as empresas, ou não evidenciaram nos relatórios da administração ou realmente não desenvolveram nesse período nenhuma ação relacionada aos projetos.

5 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo geral desta pesquisa foi analisar a evidenciação nos relatórios da administração dos projetos sociais relacionados à comunidade das empresas do grupo “Em Boa Companhia” listadas na BM&FBOVESPA no período de 2009 a 2011.

Para atingir o objetivo geral proposto na pesquisa foi aplicada a metodologia exploratória, com abordagem qualitativa, por meio de análise documental. A amostra da pesquisa é composta por 10 empresas que possuem ações na BM&FBOVESPA, listadas no Programa “Em Boa Companhia” e que desenvolvem projetos relacionados à comunidade.

O primeiro objetivo específico foi de identificar quais os projetos sociais relacionados à comunidade foram evidenciados pelas empresas da amostra no seu relatório de administração no período de 2009 a 2011. De forma geral, os resultados demonstram que a maioria das empresas desenvolve mais de dois projetos para a comunidade, sendo projetos acoplados para a população em geral. Os projetos foram contemplados nas seguintes áreas, educação, social e cultural. Podemos analisar que somente duas empresas evidenciaram seus projetos na área da educação, incentivando os jovens a participar de palestras, cursos oferecidos, ou seja, preparando os jovens para o mercado de trabalho. Os resultados apontam que 19 empresas evidenciaram seus projetos na área social e cultural com objetivo de ajudar as famílias e a comunidade em geral.

Já o segundo objetivo específico era descrever os projetos relacionados à comunidade evidenciados pelas empresas da amostra no seu relatório de administração no período de 2009 a 2011. Podemos avaliar que nem todos os projetos desenvolvidos pelas empresas estão sendo evidenciados nos relatórios da administração disponível no *site* da BM&FBOVESPA, sendo que alguns projetos foram evidenciados no período analisado.

Em relação ao terceiro objetivo específico observou-se que, a maioria das empresas evidenciou seus projetos na área social, com objetivo de ajudar as famílias, oferecendo palestras, cursos, reuniões, trazendo até elas assuntos e temas de grande importância do dia-a-dia na comunidade.

O quarto objetivo específico que era de comparar as evidenciações, destacando as empresas que desenvolvem mais projetos relacionados à comunidade. Pode-se verificar que somente duas empresas tiveram seus projetos evidenciados no relatório da administração nos períodos de 2009 a 2011, sendo projetos ligados diretamente em prol da comunidade em geral.

Diante dos resultados encontrados destaca-se que, quanto ao objetivo geral desta pesquisa, as empresas apresentam na BM&FBOVESPA os projetos relacionados a

comunidade, porém muitas empresas não estão evidenciando as suas ações nos relatórios da administração. Dos projetos evidenciados pelas empresas, a maioria evidencia na área social.

De forma geral conclui-se que, as empresas que evidenciaram seus projetos, apresentaram estes de forma que possam ser identificadas claramente as suas intenções. Já em relação as empresa que não evidenciaram seus projetos, fica o questionamento se somente não evidenciaram nos relatórios da administração ou realmente não desenvolveram nesse período nenhuma ação relacionada aos projetos que a empresa dispõem.

REFERÊNCIAS

ALL – América Latina Logística. *A empresa ALL*. Disponível em: <<http://www.all-logistica.com/port/index.htm>>. Acesso em: 03 jan. 2014.

ALMEIDA, Lauro Brito de. Evidenciação contábil. In: RIBEIRO FILHO, José Francisco; LOPES, Jorge. (Org.). *Estudando teoria da contabilidade*. São Paulo: Atlas, 2009.

AQUINO, Wagner de; SANTANA, Antonio Carlos de. Evidenciação. *Caderno de Estudos*, São Paulo: FIPECAFI, n. 5, p. 1-40, jun. 1992.

BM&FBOVESPA - Bolsa de Mercadorias & Futuros. *Programa Em Boa Companhia*. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br>> Acesso em: 03 jan. 2014.

BOFF, Marines Lúcia. *Estratégia de legitimidade organizacional de Lindblom na evidenciação ambiental e social em relatórios da administração em empresas familiares*. 2007. 160 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Curso de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2007.

CCR. *Sobre o Grupo CCR*. Disponível em: <<http://www.grupoccr.com.br/>> Acesso em: 05 jan. 2014.

CEMIG - *PORTAL CEMIG: A Melhor Energia do Brasil*. Disponível em: <<http://www.cemig.com.br/pt-br/Paginas/homepage.aspx>> Acesso em: 05 jan. 2014.

CORAZZA, Rosana Icasatti. Gestão Ambiental e mudanças da estrutura organizacional. *RAE – eletrônico*. São Paulo, v. 2, n. 2, p. 1-23, 2003.

COSAN. *História da empresa Cosan*. 2014. Disponível em: <<http://www.cosan.com.br/Cosan>> Acesso em: 07 jan. 2014.

COSTA, Tonny Robert Martins da. *Responsabilidade Social nas empresas: estudo dos índices das bolsas de valores*. 2007. 184 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2007.

CZESNAT, Aline Fernandes de Oliveira. *A Responsabilidade Socioambiental: Legitimação por meio do relatório da administração das empresas de telecomunicações listadas na Bovespa*. 2009. 167 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Curso de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2007.

DIAS, Reinaldo. *Gestão Ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade*. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

DURATEX. *A Duratex*. Disponível em: <http://www.duratex.com.br/pt/Nossa_Empresa/Duratex.aspx> Acesso em: 08 jan. 2014.

HENDRIKSEN, Eldon S.; VAN BREDA, Michael F. *Teoria da Contabilidade*. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

HORTA, Cecília Eugenia Rocha; RAMOS, Frederico Ribeiro; LIMA, Lidiane. Responsabilidade Social. *Abmes*, Brasília, n. 5, p. 19-25, 2011.

INVEPAR. *Quem somos*. Disponível em: <<http://www.invepar.com.br/>> Acesso em: 13 jan. 2014.

KARKOTLI, Gilson. *Responsabilidade sócio ambiental*. 1. ed. Curitiba: Camões, 2008.

LONGENECKER, Justin G. *Introdução à administração: uma abordagem comportamental*. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1981.

MOSCOVICI, Fela. *Renascença Organizacional*. 8. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2000.

RAMPAZZO, S. E.; CORRÊA, F. Z .M. *Desmistificando a metodologia científica*. 1. ed. Erechim: Habilis, 2008.

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

RICHARDSON, Roberto Jarry. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

SANCOVSCHI, Moacir; SILVA, Adolfo Henrique Coutinho. Evidenciação social corporativo: Estudo de caso da empresa Petróleo Brasileiro S/A. *Sociedade, Contabilidade e Gestão*, n. 1, p. 42-57, 2006.

SANTOS, Ana Paula Gonçalves dos; GALLON, Alessandra Vasconcelos; ENSSLIN, Sandra Rolim. Um estudo descritivo da evidenciação do capital intelectual nas maiores companhias abertas da região sul do Brasil. In. XIV Congresso Brasileiro de Custos, 2007. *Anais...* João Pessoa, 2007.

SANEPAR. *Perfil da Empresa*. Disponível em: <<http://site.sanepar.com.br/>> Acesso em: 16 jan. 2014.

SOUZA, Ana Carolina Cardoso. *Responsabilidade Social e Desenvolvimento Sustentável: A incorporação dos conceitos à estratégia empresarial*. 2006. 230 f. Dissertação (Mestrado em Ciências em Planejamento Energético) – Curso Pós-Graduação de Engenharia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

SOUZA, Denise Alves de. *Responsabilidade Social nas empresas*. 2007. Dissertação - Especialização em marketing Curso Pós Graduação, Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2007.