



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE.
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

SIMONE GALDINO DA COSTA SANTOS

A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO SEGMENTO DE ENERGIA ELÉTRICA:
OBJETO DE ESTUDO NO ESTADO DO CEARÁ

FORTALEZA
2016

**A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO SEGMENTO DE ENERGIA ELÉTRICA:
OBJETO DE ESTUDO NO ESTADO DO CEARÁ**

Artigo científico apresentado ao curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Ceará (UFC) como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Aprovado em ___/___/___

Banca Examinadora

Prof.^a Cíntia de Almeida
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof.^a Nirleide Saraiva Coelho e Cavalcante
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Prof.^a Jeanne Marguerite Molina Moreira
Universidade Federal do Ceará (UFC)

**FORTALEZA
2016**

A RESPONSABILIDADE SOCIAL NO SEGMENTO DE ENERGIA ELÉTRICA: UM ESTUDO DE CASO NO ESTADO DO CEARÁ.

SANTOS, Simone Galdino da Costa¹
MOREIRA, Jeanne Marguerite Molina²

RESUMO

Com a globalização as empresas adentraram em um novo contexto de responsabilidades, em que suas atividades devem estar estritamente relacionadas a ações sociais e ambientais. A evidenciação desse tipo de informação como mecanismo também evoluiu e hoje tem como forma de demonstrativo para esse tipo específico de informação o Balanço Social. Portanto, foi proposto como objetivo principal desta pesquisa demonstrar a importância desse demonstrativo como meio de transparência das informações das atividades corporativas à sociedade. Para isso, a partir dos relatórios de sustentabilidade de 2010 a 2012, foram analisados por meio da análise vertical e horizontal os indicadores sociais constantes no Balanço Social da COELCE. Os principais resultados demonstraram que o maior aporte de recursos se encontra sobre os indicadores sociais externos, principalmente com relação aos impostos. Além disso, destacam-se os encargos sociais e o cuidado com a produção da companhia e seus impactos sobre o meio ambiente

Palavras Chave: Responsabilidade Social; Balanço Social.

ABSTRACT

With globalization companies have entered a new context of responsibilities, in which their activities must be strictly related to social and environmental actions. The disclosure of this type of information as a mechanism has also evolved and today has as a demonstrative form for this specific type of information the Social Balance Sheet. Therefore, it was proposed as main objective of this research to demonstrate the importance of this statement as a means of transparency of information from corporate activities to society. For this, based on the sustainability reports from 2010 to 2012, the social indicators included in COELCE Social Balance were analyzed through vertical and horizontal analysis. The main results showed that the greatest amount of resources is found on external social indicators, mainly in relation to taxes.

Key Words: Social Responsibility, Social Balance

1 INTRODUÇÃO

Na sociedade, a empresa é responsável pela movimentação de setores da economia ao fornecer produtos e serviços, além de influenciar direta e indiretamente a vida das pessoas que a cercam. A entidade é um agente fundamental na sociedade, exercendo por essas responsabilidades, o papel econômico, bem como o social. Essas funções são trabalhadas de forma harmoniosa, para que os interesses do mercado e os da sociedade não entrem em conflito.

Além disso, nota-se que no cenário atual, onde o mundo passa constantemente por transformações econômicas, sociais, políticas e culturais, as empresas são impulsionadas a adotar novos posicionamentos, as quais buscam conciliar a expansão de suas atividades com investimentos em ações sociais. Nesse contexto, surge o termo Responsabilidade Social, como o compromisso assumido pelos administradores para a realização de ações que melhorem a sociedade além do exigido para atender aos interesses econômicos da

¹ Graduanda em Ciências Contábeis, pela Universidade Federal do Ceará – FEAAC/UFC

² Orientadora, Professora da UFC, Mestre em Controladoria pela Universidade de São Paulo – FEA/USP

organização. Com o intuito de tornarem públicas essas ações, as entidades utilizam o Balanço Social como mecanismo de divulgação.

O Balanço Social (BS) é o relatório responsável por demonstrar publicamente a sociedade que a organização não tem somente a intenção de gerar lucros, mas também zela pelo desempenho social. Na evidenciação dos aspectos voltados a sustentabilidade, as empresas utilizam os modelos do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, da *Global Reporting Initiative* (GRI) e o modelo do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE). Sociedade essa que também entra no papel de consumidora e exige cada vez mais das empresas responsáveis pelo fornecimento de seus produtos e serviços, posturas voltadas à Responsabilidade Social.

No entanto, deve-se ressaltar que no Brasil, com exceção para o setor de energia elétrica, o BS não é obrigatório e não possui uma estrutura definida, podendo ter informações quantitativas, qualitativas ou contábeis. O modelo de Balanço Social do IBASE, por exemplo, está dividido em grupos, os quais evidenciam informações presentes nas empresas, referentes a dois exercícios sociais seguidos, com o objetivo de analisar a variação dos valores e ações ocorridas.

O presente trabalho se propõe a responder a seguinte questão-problema: Qual a importância do Balanço Social como meio de transparência das informações das atividades corporativas a sociedade em uma empresa de energia elétrica do Estado do Ceará? Para tanto, definiu-se como objetivo geral da pesquisa de demonstrar a importância do Balanço Social como meio de transparência das informações das atividades corporativas à sociedade, tendo como objetivos específicos: i) verificar quais as ações sociais que as empresas de energia elétrica no Estado do Ceará realizam; ii) identificar os indicadores que são utilizados para avaliar o papel da empresa como agente social; iii) analisar os relatórios contábeis que as empresas de energia elétrica publicam e iv) evidenciar a responsabilidade social de uma empresa de energia elétrica do Estado do Ceará.

A escolha da COELCE como objeto de estudo foi realizada em virtude da acessibilidade dos dados pela autora, pois a companhia é fornecedora de energia elétrica no Estado do Ceará. Então, selecionaram-se informações dos Balanços Sociais 2010 a 2012 da COELCE e da utilização das técnicas de análise horizontal e vertical foi verificada a evolução da responsabilidade socioambiental da companhia.

O artigo está estruturado em mais quatro seções, além desta introdução; a segunda seção tem como objetivo fundamentar teoricamente através de estudos bibliográficos a responsabilidade social presente nas companhias elétricas; a terceira seção representa a metodologia e define todo o conjunto de procedimentos utilizados para a análise da evidenciação da responsabilidade social da COELCE; a quarta seção é a análise dos dados; e por fim, a quinta e última seção com as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Responsabilidade Social Corporativa

O cenário mundial sofre constantemente por transformações geopolíticas, culturais e sociais, intensificadas pela globalização. Juntamente com essas transformações, novos aspectos, antes considerados como fatores restritivos a sua expansão, foram introduzidos entre as preocupações do ambiente de negócios. Assim as entidades empresariais estão incorporando às suas estratégias novas posturas voltadas ao desenvolvimento econômico-sustentável, social e ambiental. (ARAÚJO, 2003).

Cavalcante (2006) acredita que na sociedade, a empresa exerce fundamental papel de agente econômico e social, visto que através do fornecimento de seus produtos e serviços, a entidade contribui para uma melhor qualidade de vida das pessoas, ao mesmo tempo em que movimenta os setores da economia. Dessa forma, ratifica Araújo (2003), que a empresa possui duas funções distintas, mas que se relacionam intimamente: uma função econômica (produtos, serviços e lucros) e outra social (bem estar social).

No exercício dessas funções, as empresas acabam contribuindo com os interesses de diferentes grupos sociais, os quais são os fornecedores, empregados, acionistas, clientes e o próprio Estado. Através dessa colisão de interesses, a entidade exerce influência e ao mesmo tempo é influenciada pelos grupos citados, devendo interagir da forma mais harmoniosa possível entre eles, através do balanceamento de suas funções social e econômica (TINOCO, 2001).

Entende-se que as empresas exercem um importante papel na sociedade, relacionando-se com diversos grupos sociais. De acordo com suas funções as empresas são cobradas tanto pelo mercado quanto pela própria sociedade a agir de forma harmoniosa que não prejudique os interesses alheios, nem econômicos, nem sociais (TINOCO, 2001).

Nesse cenário, surge o termo “Responsabilidade Social”. Para Cavalcante (2006), quando a empresa consegue gerar valor não só para seus proprietários e acionistas, mas também para todos os demais grupos os quais ela interage, fornecedores, clientes, governo, meio ambiente e comunidade, significa que ela é socialmente responsável. O exercício da responsabilidade social corporativa está associado à noção de sustentabilidade, que visa conciliar as esferas econômica, ambiental, social, simultaneamente com a expansão das atividades empresariais.

A Responsabilidade Social está vinculada com questões éticas, com a tomada de decisões relacionadas as exigências legais, respeito às pessoas e ao meio ambiente, gerando benefícios para a sociedade como um todo, assim como para si mesmas (CAVALCANTE, 2006).

O conceito de Responsabilidade Social encontra-se em processo de transição, não possuindo uma definição consensual, podendo-se interpretar de diferentes visões. Essa dificuldade de consenso entre os pesquisadores é justificada pela necessidade que as empresas estão tendo em se adaptar quanto às práticas socialmente responsáveis (CARNEIRO et al., 2011). Entretanto, a definição mais utilizada, segundo Dahlsrud (2008), é a que propicia às empresas a integração de preocupações sociais e ambientais nas suas operações e na sua relação com todos os públicos sociais.

Segundo Srour (2000), a Responsabilidade Social pode ser definida como uma tentativa de compatibilizar os interesses e exigências das organizações e dos seus diversos *stakeholders*, remetendo a uma cidadania organizacional, no que concerne ao âmbito interno da empresa e, no âmbito externo, à implementação de direitos sociais. De acordo com a ótica de Ferrell et al. (2001), a Responsabilidade Social seria uma espécie de obrigação que a empresa assume junto à sociedade, com a finalidade de maximizar os efeitos positivos e minimizar os impactos negativos gerados por ela. Melo Neto e Froes (1999) corroboram tanto com a definição de Srour (2000), como de Ferrell et al. (2001) ao conceituarem que, a responsabilidade social de uma empresa consiste na participação da mesma em ações diretamente relacionadas à comunidade, sem descuidar dos interesses dos *stakeholders* internos e buscando minorar as externalidades negativas decorrentes de suas atividades.

Uma das tentativas de definição do conceito foi proposta por Carroll e Buchholtz (2003), que aponta quatro fases ou dimensões para a responsabilidade social: econômica,

legal, ética e filantrópica. Posteriormente, Carroll e Buchholtz (2003), ao rever essas quatro fases ou dimensões da responsabilidade social, ressaltaram que elas estão intimamente relacionadas, embora estejam frequentemente em conflito umas com as outras. Ainda assim, cada uma dessas dimensões não existe separadamente e o conjunto delas significa a adoção da responsabilidade social.

Em meio às dificuldades enfrentadas por algumas instituições na adoção desse conceito em suas atividades, alguns fatores têm influenciado a ampliação da adoção da Responsabilidade Social pelas empresas, os quais podem ser sintetizados em: carências sociais do Brasil, ação social dos concorrentes, crescimento dos meios de comunicação sobre as ações sociais, avanço das expectativas das comunidades e dos funcionários sobre o engajamento social da empresa (CAVALCANTE, 2006).

Diante dessas definições, entende-se que o tema responsabilidade social se relaciona mais aos conceitos éticos e sociais com os grupos os quais a entidade está envolvida do que com filantropia. Além disso, não deve ser relacionado somente a atitudes externas (comunidade e meio ambiente), o bem estar dos funcionários e dependentes num ambiente saudável também é necessário a fim de garantir uma maior transparência nas comunicações empresariais. Assim, percebe-se que a Responsabilidade Corporativa representa um marco nas transformações das sociedades empresariais, partindo de uma visão de que a empresa é aquela voltada somente para os interesses dos acionistas, e do resultado, passando para uma visão de que a empresa pode também se dedicar as ações de sustentabilidade e provar que as questões sociais não estão restritas a figura do Estado (CAVALCANTE, 2006).

Entretanto, para os críticos da Responsabilidade Social Corporativa, segundo Bateman e Snell (1998), se as empresas não servem aos acionistas em primeiro lugar, na qual a criação de empregos e a realização de investimentos são motivadas pelo lucro, as organizações falharão em servir a sociedade, chegando assim à falência por não conseguirem trazer benefício a quem quer que seja.

No entanto, para Mollicone (2003), não há como se considerar tais observações como o que é definido por Responsabilidade Social, pois não se recomenda que se realizem ações e investimentos sociais sem a concordância dos acionistas.

Pagliano (1999, p.75), acrescenta que as práticas de responsabilidade social trazem retornos substanciais para as empresas, dentre as quais se destacam os benefícios:

- a) Proteger e fortalecer a imagem da marca e sua reputação, favorecendo a imagem da organização;
- b) Diferenciação dos concorrentes. Quando a empresa se insere na comunidade, cria um diferencial que a caracteriza;
- c) Visão positiva da empresa. Quando a empresa passa a satisfazer não só seus acionistas, mas principalmente os consumidores;
- d) Segurança patrimonial e dos empregados. O local em que se localiza a empresa será cuidado pelos moradores;
- e) Atrair investidores. Aumento de investidores individuais e institucionais, que percebem que o retorno em empresas socialmente responsável é garantido.

Então, além de subsidiar o meio ambiente e a comunidade em que se inseri, a empresa demonstra uma boa imagem perante a sociedade e propensos acionistas, o que fortalece a reputação e proporciona um diferencial.

2.2 Balanço Social

Na visão de que a Responsabilidade Social é um compromisso assumido pela empresa, a mesma deve prestar conta à sociedade como um todo da utilização dos recursos financeiros, dos naturais, da capacidade de trabalho de seus funcionários e dos serviços prestados pelo Estado (MELO NETO E FROES, 1999). Dessa forma, o demonstrativo utilizado nessa prestação de contas dos projetos, benefícios e ações sociais desenvolvidas pelas organizações

é o Balanço Social, conhecido também como Relatório de Sustentabilidade ou Relatório de Responsabilidade Social (LANA et al. 2011).

Então, o Balanço Social é o instrumento responsável pela divulgação da Responsabilidade Social de uma empresa, no qual é possível revelar as relações da organização com seus empregados, fornecedores, comunidade, meio ambiente e governo. Lana et al. (2011) o consideram como um registro do perfil social da empresa.

Tinoco (2001), define o Balanço Social (BS) como um instrumento de gestão e de informação que visa evidenciar, da forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais, do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários, entre estes os funcionários.

Magnago e Bortolini (2005), acrescentam que, BS é o meio pelo qual as empresas apresentam suas ações no campo econômico, social e ambiental à sociedade em geral (clientes, fornecedores, governo e financiadores). Além do mais, esse relatório social, pode ser visto como uma forma de divulgar a imagem da empresa, apesar de que os benefícios trazidos pela prática da responsabilidade social ser de difícil mensuração, por muitas vezes tratem-se de valores subjetivos.

Dessa forma, o BS é considerado como o demonstrativo que alia a Contabilidade Financeira com o desempenho operacional e o social de uma empresa, assim como demonstra a riqueza gerada sua distribuição entre toda a cadeia produtiva empresarial. Para Cavalcante (2006), pode-se dizer que o Balanço Social é meio responsável por ultrapassar os limites da Contabilidade tradicional, antes restrita apenas a divulgação do desempenho econômico-financeiro da empresa.

Kroetz (2000), esclarece que, a palavra balanço é aplicada a toda forma de inventário num momento exato de um conjunto de elementos considerados positivos de um lado e considerados como negativos do outro lado. Assim, faz-se balanço do dia a dia, da saúde etc. A mesma definição deve ser seguida pelo demonstrativo em questão, o Balanço Social.

No entanto, o que se observa dentre os balanços sociais divulgados pelas organizações é a não menção das falhas que muitas vezes são cometidas, como os acidentes de trabalho, as agressões ao meio ambiente, as reclamações sobre produtos e serviços, as reclamações trabalhistas ou a utilização de mão-de-obra infantil (CAVALCANTE, 2006). Dessa forma o BS parece não se encaixar no raciocínio defendido por Kroetz (2000), pois apesar de existir os dois lados da balança, só aparece o lado positivo da empresa. Seria negativo para a imagem da organização, divulgar publicar ações e números negativos, principalmente no que se trata de casos ocorridos no domínio social ou ambiental.

As vantagens auferidas pela adoção do BS em geral são as de contribuir para a imagem institucional, mas entre os benefícios proporcionados pela sua aplicabilidade destacam-se: identificação do grau de comprometimento social da empresa com a sociedade, os empregados e o meio ambiente; evidenciação, por meio de indicadores, das contribuições à qualidade de vida da sociedade; e avaliação da administração diante dos resultados sociais e não somente financeiros (TENÓRIO, 2004).

Ressalta-se que no Brasil, com exceção para o setor de energia elétrica, o BS não é obrigatório e não possui uma estrutura definida, podendo ter informações quantitativas, qualitativas ou contábeis (KROETZ, 2000). O IBASE (2009), informa que a não adoção de um padrão mínimo na apresentação das informações dificulta a avaliação da função social da empresa. Os indicadores desenvolvidos ajudam as análises comparativas da própria empresa ao longo do tempo ou entre outras do mesmo setor. Torres e Mansur (2008) corroboram essa afirmação ao esclarecerem que o objetivo principal de um modelo único de Balanço Social é

fazer com que o documento permita comparabilidade e também não perca suas principais características, a simplicidade e o fácil entendimento.

Assim, percebe-se certa polêmica quanto à forma de apresentação do Balanço Social. Alguns estudiosos defendem o demonstrativo calcados em termos monetários (Balanço Financeiro adaptado ao campo social), enquanto que outros defendem que esta abordagem deve ser encarada com prudência, visto que a elaboração em termos estritamente monetários, pode não representar todas as ações sociais promovidas pela empresa (CAVALCANTE, 2006).

O importante a ser observado pelas organizações na elaboração desse demonstrativo, seja de forma quantitativa ou qualitativa, é explanar a sua forma de atuação social, nas relações institucionais internas e externas. Para monitoramento dos aspectos de sustentabilidade, as empresas utilizam as metodologias do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e da *Global Reporting Initiative* (GRI), além de apresentarem Balanço Social conforme o modelo do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) (ARANTES et al, 2012).

A GRI é uma organização baseada em redes pioneira no desenvolvimento da estrutura para elaboração de relatórios de sustentabilidade mais usada no mundo. As diretrizes G3 da GRI estabeleceram os princípios e indicadores que as organizações podem usar para medir e relatar seu desempenho econômico, ambiental e social (GRI, 2014).

O Modelo do Instituto Ethos é baseado nas diretrizes do GRI e adaptado ao cenário brasileiro. Este modelo e as diretrizes do GRI são modelos analíticos, aos quais podem ser incorporados ao modelo do IBASE, geralmente como anexo (ARANTES et al, 2012).

O Modelo IBASE surgiu a partir da atuação do sociólogo Hebert de Souza, o “Betinho”, que conseguiu que a ideia de responsabilidade social das empresas e a divulgação do Balanço Social alcançassem maior projeção nacional (SUCUPIRA, 1999).

O Modelo de Balanço Social do IBASE está dividido em sete grupos, os quais evidenciam informações presentes em todas as empresas, referentes a dois exercícios seguidos, com o objetivo de análise de variação dos valores e ações. Os sete temas são assim distribuídos: base de cálculo, indicadores sociais internos, indicadores sociais externos, indicadores ambientais, indicadores do corpo funcional, informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial e outras informações (KITAHARA, 2007).

Silva e Freire (2001), informam que esse modelo apresenta algumas características que o difere dos demais e o consagrou como um dos mais utilizados modelos, dentre essas peculiaridades estão: ter sido desenvolvido pela iniciativa de uma ONG; diferenciar as ações e os benefícios obrigatórios dos realizados de forma voluntária; possuir essencialmente dados quantitativos, além de permitir a comparação entre diferentes empresas e uma avaliação de uma mesma corporação, ao longo dos anos, desde que seja preenchido de forma transparente.

Com o apoio de diversos pesquisadores e representantes de instituições públicas e privadas, o Modelo IBASE teve o apoio, inclusive da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), indicou que as empresas de capital aberto deveriam elaborar o balanço anualmente. A Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), reguladora das empresas do setor, também apoiou a elaboração do Balanço Social no Modelo do IBASE. Esta é a razão pela qual as empresas que publicam esse demonstrativo, desde a sua origem são, em sua maioria, de capital aberto e do setor elétrico (SILVA; FREIRE, 2001).

Em pesquisas acerca do tema, foi observado o nível de evidenciação das empresas com relação ao Balanço Social. No entanto, sendo esse relatório exigido apenas às empresas

concessionárias e permissionárias do serviço de energia elétrica, é mais acessível aos pesquisadores os demonstrativos dessa companhia para estudo (SILVA; FREIRE, 2001).

Em 2008, com o objetivo de analisar a evolução dos indicadores sociais apresentados do Balanço Social da Eletronorte, de 2004 a 2006, Arantes et al. (2008) utilizaram a técnica de Análise de Horizontal (AH) e verificou a evolução dos elementos que compõe o relatório, especificamente, os indicadores sociais. Os resultados mostraram que a adequação da empresa ao modelo padrão foi essencial para o estudo que pôde comparar e observar o crescimento nos investimentos sociais e ambientais. Além disso, percebeu-se que o item folha de pagamento bruta cresceu ao longo do período mesmo diante de oscilações na receita líquida.

Com metodologia semelhante, os mesmos autores, com o objetivo de analisar a evolução dos indicadores sociais apresentados pelo Sistema Eletrobrás especificamente no período de 2006 a 2008, constataram, por meio da comparação dos relatórios nesse período, através de análise horizontal e vertical, verificou que o grupo de indicadores sociais internos apresentou crescimento, além de acompanhar a evolução da receita líquida. E ainda, observaram que de forma geral, a Eletrobrás manteve ao longo dos anos uma política consistente de investimentos e que acompanhou a evolução dos índices econômico-financeiros (ARANTES et al., 2012).

3 METODOLOGIA

O presente estudo tem como procedimento metodológico a análise do conteúdo dos Balanços Sociais em busca de evidências da Responsabilidade Social nas empresas do segmento de energia elétrica do Estado do Ceará. A análise de conteúdo é utilizada no tratamento de dados que visa identificar o que vem sendo dito acerca de determinado tema (VERGARA, 2005).

Assim, fez-se uma pesquisa descritiva, de natureza qualitativa, com base em dados extraídos dos Relatórios Anuais de Sustentabilidade da Companhia Energética do Ceará (COELCE), o objeto de estudo selecionado. Martins e Theóphilo (2007, p.135) caracterizam a pesquisas qualitativas pois “pedem descrições, compreensões, interpretações e análises de informações, fatos, ocorrências, evidências que naturalmente não são explicadas por dados e números”.

Os dados utilizados na pesquisa foram coletados no próprio *site* da companhia, e, portanto, são fontes secundárias, das quais foram extraídas informações dos Balanços Sociais contidos nos Relatórios de Sustentabilidade divulgados pela empresa. As fontes secundárias correspondem a canais onde a informação já foi tratada anteriormente, não pelo autor, e não como finalidade principal fundamentar a pesquisa (VERGARA, 2005). Além disso, foram realizados levantamentos bibliográficos e documental por meio de revisão de literatura a fim de fundamentar os aspectos práticos da pesquisa. O levantamento tem como característica principal a coleta de informações para se conhecer o comportamento de determinado grupamento. Enquanto que, os procedimentos bibliográficos adotados contribuíram para dar embasamento teórico aos procedimentos de análise (GIL, 2010).

Selecionou-se a COELCE como objeto de estudo e amostra da pesquisa, visto que a entidade esteve no *ranking* das Melhores Empresas para Trabalhar do Guia Você S/A da Revista Exame (EXAME, 2012), e de ser a responsável pelo fornecimento de energia elétrica no Estado do Ceará, sem muita abordagem sobre o tema.

Dessa forma, foram verificados os Balanços de 2010 a 2012 da COELCE e a melhor maneira para efetuar a análise foi à utilização das técnicas de análise horizontal e vertical. De acordo com Marques (2004), a análise horizontal consiste em comparar a evolução de contas ou grupos de elementos ao longo de determinado tempo e pressupõe uma série histórica de

dados que se inicia com um índice-base, de modo a servir de referência. Já na análise vertical tem por objetivo, estabelecer um item como base e a partir daí verificar quanto cada um dos demais itens representa em relação àquele escolhido como base. Mediante as definições, o ano de 2010 foi utilizado como ano base.

Ressalta-se que desde 2013, a companhia divulga seu Relatório de Sustentabilidade, e o Balanço Social, de forma consolidada com o relatório do *holding*, Endesa Brasil, portanto, não foi possível a análise de forma individual desse exercício em diante.

Partindo das informações contidas nos Balanços Sociais publicados de acordo com o Modelo IBASE, foram elaboradas tabelas com o auxílio de uma planilha eletrônica, a fim de se obter uma melhor visão dos dados selecionados. Daí foi aplicada a análise vertical e horizontal, as quais tiveram como objetivo a verificação da evolução dos itens da demonstração ao longo do período temporal selecionado. Dessa forma, os itens do Balanço Social, foram averiguados de forma segregada, dividindo-se nos grupos: base de cálculo, indicadores sociais internos, indicadores sociais externos, indicadores ambientais e indicadores de corpo funcional.

4. ANÁLISE DOS INDICADORES

A Companhia Energética do Ceará (COELCE) é uma sociedade anônima de capital aberto, com sede em Fortaleza, Estado do Ceará. Regulada pela Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) é uma concessionária de distribuição de energia elétrica e atende 8,5 milhões de habitantes de 184 município, em um território de 149 mil quilômetros quadrados (COELCE, 2012).

A Companhia destacou-se por sua contribuição socioambiental, com o projeto de eletrificação de Serra do Cafundó (CE), ressaltado pela presidente da República Dilma Rousseff como um exemplo do Programa Luz para Todos, e com o Programa Ecoelce - de troca de resíduos recicláveis por desconto em energia elétrica, reconhecida pela Secretaria Geral da Presidência da República como uma das melhores práticas para o desenvolvimento do país (COELCE, 2012).

A COELCE investiu 23,6 milhões em projetos socioambientais durante 2012, em iniciativas beneficiando 2,5 milhões de cearenses. Destacam-se os projetos de eficiência energética, baseados em educação para o consumo consciente de energia, apoio às ações que valorizam a arte, cultura e o desenvolvimento de projetos de geração de renda (COELCE, 2012).

Em 2012, a empresa figurou nos rankings do *Great Place the Work* – Revista Época e do Guia Você S/A – Exame. Sendo 3,3 milhões destinados às ações de educação, capacitação e desenvolvimento, que contabilizaram 78.915 horas de treinamento (COELCE, 2012).

Uma das ações é a Oficina de Inteligência Emocional, que proporciona conhecimento acerca da influência das emoções no cotidiano, com abordagem teórica e vivencial, e enfoque nos pilares da inteligência emocional, como administração das emoções, autoconsciência, autoestima e sociabilidade (COELCE, 2012).

No que concerne às políticas destinadas à comunidade, os investimentos ocorrem por meio do Projeto COELCE nos bairros, que realiza parcelamentos de débitos com taxas diferenciadas e orientação para o enquadramento na tarifa baixa renda. Além disso, a companhia possui os projetos: Energia Social, Troca Eficiente, Ecoelce, Coelce nas Escolas, Coelce Cultural, Coelce Solidária e Rede de Lideranças Comunitárias (COELCE, 2012).

A COELCE conta com uma Política Ambiental que, alinhada aos Sete Compromissos para um Desenvolvimento Sustentável, da ENDESA, é orientada por princípios como ética

ambiental, compromisso com a legalidade, gestão de resíduos e educação ambiental. Desde 2006, a companhia dispõe do Sistema de Gestão Ambiental (SGA), certificado pela ISO 14001: 2004, que auxilia na execução da política. Além disso, a companhia é apoiadora de projetos desenvolvidos ao Terceiro Setor. Entre eles destacam-se: Fossa biossética, Periquito-da-cara-suja, Produção e plantio de mudas nativas da caatinga e uso sustentável da caatinga (COELCE, 2012).

A Tabela 1 referente à Base de Cálculo apresenta os primeiros itens do Balanço Social da entidade estudada: receita líquida, receita operacional e folha de pagamento. Receita líquida são receitas de venda de produtos e serviços, deduzidos todos os itens que não correspondem à empresa, como impostos indiretos, devoluções e abatimentos.

Enquanto que a Receita Operacional em termos contábeis representa o valor residual entre as vendas da empresa, no caso em destaque, serviços, e seus custos operacionais; e a folha de pagamento, todo gasto com pessoal, salários, encargos sociais, férias e décimo terceiro salário.

A apresentação desse tópico é um preâmbulo aos indicadores sociais posteriores como forma de introduzi-los em um contexto financeiro da COELCE.

Tabela 1- Base de Cálculo

1. Base de Cálculo	2010			2011			2012		
	Valor (mil) R\$	AH	AV	Valor (mil) R\$	AH	AV	Valor (mil) R\$	AH	AV
Receita líquida (RL)	2.849.706	100%	100%	2.627.212	92%	100%	2.516.708	96%	100%
Receita operacional	662.746	100%	23%	621.343	94%	24%	183.216	29%	7%
Folha de pagamento	98.036	100%	15%	114.754	117%	18%	166.508	145%	7%
Total	3.610.488	100%	138%	3.363.309	303%	142%	2.866.432	270%	114%

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados do Balanço Social Coelce (2016)

No decorrer dos exercícios, a COELCE apresentou um decréscimo da Receita Líquida de 8% em 2011 e 4% em 2012 com relação ao ano anterior. Em comparação com o ano de 2011, a companhia destacou a elevação nas deduções dessa receita, consequência de variações como elevação média de PIS e da COFINS, assim como incremento de 9,2% no ICMS, informações obtidas no próprio Relatório de Sustentabilidade da companhia.

Com relação à Receita Operacional, destacou-se a diminuição em 71% no ano de 2012, decorrente do incremento de 16,1%, efeito de variações positivas na energia elétrica comprada para revenda (5,6%), do encargo do uso da rede elétrica (reajuste contratual de 4,5%) e de pessoal (reajuste salarial anual em média de 7%). Variações positivas também foram evidenciadas na folha de pessoal, R\$ 16.718.000,00 a mais em 2011 e R\$ 51.754.000,00 em 2012.

De acordo com o Relatório de Sustentabilidade da empresa, a elevação com pessoal se deu em virtude do reajuste salarial anual em 7%, das despesas do Plano de Aposentadoria Espontânea realizado em 2012 em 8 milhões e do aumento de abono e razão do acordo coletivo em R\$ 2 milhões.

Os Indicadores Sociais Internos (ISI), conforme Kroetz (2000), refletem aquelas iniciativas que mais contribuem para qualidade de vida da organização e para a promoção humana de seus empregados, tais como: educação profissional e formal, saúde, segurança no trabalho, alimentação e esporte. Na Tabela 2 são apresentadas as ações desenvolvidas pelas empresas em seu âmbito interno.

Tabela 2- Indicadores Sociais Internos

2. Indicadores Sociais Internos	2010			2011			2012		
	Valor (mil) R\$	AH	AV	Valor (mil) R\$	AH	AV	Valor (mil) R\$	AH	AV
Alimentação	6.175	100%	9%	7.489	121%	10%	8.096	108%	11%
Encargos Sociais	28.144	100%	43%	34.112	121%	46%	33.290	98%	46%
Previdência Privada	8.958	100%	14%	6.071	68%	8%	5.739	95%	8%
Saúde	8.076	100%	12%	8.388	104%	11%	9.693	116%	13%
Segurança e Saúde no Trabalho	491	100%	1%	1.625	331%	2%	203	12%	0%
Educação	571	100%	1%	878	154%	1%	507	58%	1%
Cultura	90	100%	0%	117	130%	0%	133	114%	0%
Desenvolvimento profissional	2.648	100%	4%	2.194	83%	3%	3.275	149%	4%
Creches ou auxílio-creche	1.266	100%	2%	1.547	122%	2%	1.165	75%	2%
Participação nos resultados	8.531	100%	13%	10.817	127%	15%	10.559	98%	14%
Outros	903	100%	1%	259	29%	0%	349	135%	0%
Total	65.853	100%	100%	73.497	1389%	100%	73.009	1057%	100%

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados do Balanço Social Coelce (2016)

O aporte de recursos no requisito Saúde foi elevado em 2011 com relação ao ano anterior em 4%, e no ano de 2012 em 16%. Esses recursos são empregados em programas que beneficiam os próprios empregados através de uma iniciativa desenvolvida pela Coelce denominada Programa de Qualidade Bem Viver, o qual apresenta dentre suas atividades, a promoção de ginástica laboral, o acompanhamento trimestral de controle do colesterol, além do incentivo à prática de esportes de seus colaboradores.

Um ponto de destaque foi a elevação de incentivos na Segurança e Saúde no Trabalho em 2011 (221%). Segundo a própria companhia, mesmo tendo esse item como prioridade, em 2012 houve acidentes fatais, por isso ela possui o Sistema de Gestão de Segurança e Saúde do Trabalho (SGSST) certificado pela norma OHSAS 18001, que define as ações necessárias à organização nessa área. Em 2012, foi registrada redução do número de acidentes: de 15 em 2011 para 5 com empregados próprios. Entretanto, percebe-se uma redução significativa de recursos nesse exercício.

Vale ressaltar que em 2012, a Coelce conquistou o terceiro lugar na categoria Segurança do Trabalho concedido pela Associação Brasileira de Companhias de Energia Elétrica (ABCE) às empresas do setor elétrico que apresentam os menores índices de acidentes no trabalho.

Com relação do desenvolvimento profissional, a Coelce promove a educação corporativa através de ações de educação, treinamento e desenvolvimento, que incluem programas de idiomas, cursos técnicos, de graduação e pós-graduação. O Balanço Social demonstrou que o ano de 2012, dentre o período analisado, teve o maior investimento nessa área (R\$ 3.275.000,00).

Na Tabela 3 é demonstrado como a companhia direciona seus investimentos em ações junto a sociedade e comunidade de forma geral. Os indicadores sociais externos representam a terceira parte do Balanço Social da Coelce.

A partir das análises verticais e horizontais verificou-se o decréscimo com relação aos investimentos na maior parte das variáveis que compõem este grupo. Salvo os tributos, que cresceram 9% em 2011 e 13% em 2012, os demais campos não tiveram alavancagem de

recursos com relação ao ano de 2010. Como exemplo, a educação obteve decréscimos de 21% em 2011 e 67% em 2012.

Tabela 3- Indicadores Sociais Externos

3. Indicadores Sociais Externos	2010			2011			2012		
	Valor (mil) R\$	AH	AV	Valor (mil) R\$	AH	AV	Valor (mil) R\$	AH	AV
Educação	379	100%	0%	300	79%	0%	99	33%	0%
Cultura	12.769	100%	1%	12.528	98%	1%	11.771	94%	1%
Esporte	834	100%	0%	457	55%	0%	0	0%	0%
Outros	184.027	100%	17%	112.869	61%	9%	60.141	53%	5%
Tributos	876.910	100%	82%	1.184.462	135%	90%	1.238.495	145%	95%
Total	1.074.919	100%	100%	1.310.616	428%	100%	1.310.506	285%	100%

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados do Balanço Social Coelce (2016)

Segundo o Relatório de 2012, os principais investimentos e projetos tem como foco as comunidades de baixa renda, que representaram 50% da empresa. Os investimentos ocorrem com serviços comerciais e atividades educativas, por meio do projeto Coelce nos Bairros, que realiza parcelamentos de débitos com taxas diferenciadas e orientação para enquadramento na tarifa baixa renda. Além disso, são promovidos os projetos Energia Social, Troca Eficiente, Ecoelce, Coelce nas Escolas, Coelce Cultural, Coelce Solidária e Rede de Lideranças Comunitárias. Os principais impactos são o desenvolvimento social, por meio da geração de renda, educação e cultura.

A COELCE conta com uma Política Ambiental alinhada por princípios como ética ambiental, compromisso com a legalidade, gestão de resíduos e educação ambiental. Desde 2006, a companhia dispõe do Sistema de Gestão Ambiental (SGA), certificado pela ISO 14001:2004, que a auxilia na execução da política.

A tabela 4 discriminam os valores de investimentos ambientais relacionados com a produção da empresa e com programas externos.

Tabela 4- Indicadores Ambientais

4. Indicadores ambientais	2010			2011			2012		
	Valor (mil) R\$	AH	AV	Valor (mil) R\$	AH	AV	Valor (mil) R\$	AH	AV
Investimentos com a Produção da empresa	23.376	100%	55%	20.179	86%	49%	20.549	102%	64%
Investimentos em programas externos	19.162	100%	45%	21.259	111%	51%	11.583	54%	36%
Total	42.538	100%	100%	41.438	197%	100%	32.132	156%	100%

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados do Balanço Social Coelce (2016)

Nos anos de 2010 e 2012, os valores com investimento com a produção ultrapassaram os programas externos. No ano de 2011 esse comportamento não se repetiu, por pouco mais da metade (51%), a empresa investiu mais no ambiente externo.

No entanto, com relação a análise horizontal, percebeu-se o acréscimo de investimento em programas externos em detrimento aos investimentos com a produção da empresa em 2011. Os valores destinados aos programas ambientais da produção reduziram 14% no referido ano ao passo que os valores de programas externos receberam uma parte de 11%.

A tabela 5 demonstra a composição do corpo funcional da companhia e suas características de forma de indicador.

Tabela 5- Indicadores do Corpo Funcional

5. Indicadores do Corpo Funcional	2010			2011			2012		
	Valor	AH	AV	Valor	AH	AV	Valor	AH	AV
Empregados ao final Do período	1.308	100%	13%	1.309	100%	14%	1.244	95%	14%
Admissões durante o Período	64	100%	1%	95	148%	1%	54	84%	1%
Terceirizados	7.261	100%	71%	6.300	87%	68%	5.903	81%	67%
Estagiários	193	100%	2%	229	119%	2%	223	116%	3%
Empregados acima de 45 anos	751	100%	7%	692	92%	7%	675	90%	8%
Mulheres que trabalham na empresa	305	100%	3%	297	97%	3%	283	93%	3%
% Cargos de chefia Ocupados por mulheres	26%	100%	0%	27%	0%	%	20%	0%	0%
Negros que trabalham na empresa	344	100%	3%	258	75%	0%	355	103%	4%
% Cargos de chefia Ocupados por negros	21%	100%	0%	21%	0%	3%	21%	0%	0%
Portadores (as) de deficiências	61	100%	1%	63	103%	1%	61	100%	1%
Total	10.287		100%	9.243		100%	8.798		100%

Fonte: Elaborada pela autora com base nos dados do Balanço Social Coelce (2016)

Em 31 de dezembro de 2012, a COELCE contava com quadro funcional composto por 1.244 colaboradores fixos, 223 estagiários e 26 jovens-aprendizes, além de 5.903 colaboradores terceirizados.

A distribuidora tem por princípio a priorização do recrutamento interno, ação que contribui para a manutenção da cultura institucional, por conta do conhecimento e do vínculo já existentes. De acordo com a companhia, a empresa prioriza ainda a contratação local, como meio de estimular a economia e o desenvolvimento das comunidades. Parte do Plano Senda, e também com o objetivo de alavancar o compromisso com a diversidade e igualdade de oportunidades, a COELCE é uma das signatárias dos Princípios de Empoderamento das Mulheres – uma iniciativa das Nações Unidas cujo objetivo é proporcionar a integração efetiva das mulheres ao mercado de trabalho, em âmbito universal.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Responsabilidade Social vem a cada dia tomando espaço no meio dos negócios, tornando-se um diferencial para as empresas que assumem o compromisso de ações que melhorem a sociedade além do exigido para atender aos interesses econômicos da organização. O Balanço Social é a forma de tornar público e mais acessível esse tipo de ação. Tendo em vista as peculiaridades que envolvem esse demonstrativo, no que diz respeito forma e essência, essa pesquisa definiu como objetivo geral demonstrar a importância do Balanço Social como meio de transparência das informações das atividades corporativas à sociedade.

A partir das informações contidas nos Balanços Sociais publicados de acordo com o Modelo IBASE, a análise vertical e horizontal dos dados proporcionou uma melhor visualização dos indicadores sociais internos, indicadores sociais externos, indicadores ambientais e indicadores de corpo funcional. Com essa metodologia foi possível alcançar os 4 objetivos propostos.

Em análise as informações apresentadas pela COELCE, constataram-se que dentre as principais ações sociais foram voltadas ao ambiente externo, ou seja, com comunidade a qual está inserida. Mesmo com o decréscimo no investimento de 2010 para os anos seguintes, a alavancagem de recursos foi disparadamente maior que nos demais grupos. Segundo o

Relatório de 2012, os principais investimentos e projetos têm como foco as comunidades de baixa renda, que representaram 50% da empresa.

Desde 2013, a companhia vem apresentando seu relatório de sustentabilidade de forma consolidada com os demonstrativos da Enel, grupo de companhias elétricas as quais fazem parte. No entanto, perante o terceiro objetivo, foram analisados a divulgação no período de 2010 a 2012.

Em atendimento ao segundo objetivo proposto, buscaram-se os principais indicadores utilizados pela companhia que a identificam como agente social. Dentre os indicadores internos os encargos sociais representam o maior destino da companhia (R\$ 33.290,00 em 2013). Enquanto que dentre os indicadores externos, os impostos correspondem ao maior dispêndio, R\$ 1.238.495,00 em 2012. Com relação aos indicadores ambientais, a preocupação é com relação a produção da empresa e seu impacto sobre o meio ambiente, R\$ 20.549,00 foram destinados para a alavancagem desse indicador em 2012.

Dessa forma, acredita-se que a questão problema da pesquisa foi atendida. Ademais, considera-se que o presente trabalho servirá de contribuição para os trabalhos posteriores, semelhantes ao tema, com o propósito de obterem resultados mais robustos e mesmo complementar e contribuir para os resultados adquiridos nesse. Assim sugere-se o estudo mais a fundo dos fatores que influenciaram na apresentação por essas empresas.

REFERÊNCIAS

ARANTES, E. C.; SOUZA, R. B. L.; SOUZA, L. S.; SOUZA, M. C. A.; **Balanco Social em uma Empresa de Roraima: um estudo de caso da Eletronorte e suas ações sociais no período de 2004 a 2006.** In: 2º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças & Iniciação Científica em Contabilidade. Florianópolis, 2008.

_____.; _____.; MARQUES, A.O.; MAGALHÃES, K.S. Análise da evolução dos indicadores do Balanço Social do Sistema Eletrobrás de 2006 a 2008 – **Revista de Administração de Roraima – RARR**, ed 2, vol 1, p 22-40, Boa Vista, 1º Sem 2012.

ARAÚJO, F. J. Auditando o Balanço Social. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Ano XXXII, n.140, p.83-89, março/abril de 2003.

BATEMAN, T. S., SNELL, S. A. **Administração: construindo vantagem competitiva.** São Paulo: Atlas, 1998.

CAVALCANTE, C.E.R.C. **O Balanço Social como instrumento de evidenciação da responsabilidade social corporativa.** Monografia. UFC, Fortaleza, 2006.

CARROL, A.B; BUCHHOLTZ, A.K. **Business & Society: Ethics and Stakeholder Management.** 5 ed. Ohio: Thomson Learning, 2003. v.3, 210 p.

COELCE. Fortaleza, 2012. **Relatório Anual Coelce 2012.** Disponível em: <http://issuu.com/paulynhah/docs/ra_coelce_2012#>. Acesso em: 04 de out. de 2014.

ETHOS. **Como as empresas podem (e devem) valorizar a diversidade.** São Paulo: 2001. FEDERAÇÃO DOS BANCOS BRASILEIROS (FEBRABAN). Relatório Anual. Disponível em: <<http://www.febraban.org.br>>. Acesso em: 04 de out. de 2014.

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

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GRI – *Global Reporting Initiative*. Site Corporativo. 2014. Disponível em: <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>. Acesso em 06 de out. de 2014.

IBASE – **Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas**. Site Corporativo. 2009. Disponível em: <www.ibase.org.br>. Acesso em 05 de out. de 2014.

KITAHARA, J. R. **Responsabilidade social e desempenho financeiro das empresas**: um estudo empírico utilizando o balanço social padrão IBASE. 2007. 178p. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

KROETZ, C. E. S. **Balanço Social**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

LANA, C.A.M.; BERNARDO, D.C.R.; NAZARETH, L.G.C.; FABRÍCIO, M. M. Um estudo das ações para divulgar e consolidar o Balanço Social no Brasil. Rio de Janeiro. RGO. **Revista Gestão Organizacional**. Vol. 4 – n. 2 - Jul/Dez. 2011.

MAGNAGO, K. M.; BORTOLINI, T. B.. **Balanço social**: uma análise do modelo adotado pela Aracruz Celulose S/A de 1997 à 2003. Monografia de graduação. Espírito Santo: UFES, 2005.

MARQUES, J. A. V. C. **Análise Financeira das Empresas** – liquidez, retorno e criação de valor. 1. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2004.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para Ciências Sociais aplicadas**. São Paulo. Atlas. 2007.

MELO NETO, F. P.; FROES, C. **Responsabilidade Social e cidadania empresarial**: a administração do terceiro setor. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

MOLLICONE, M. M. **Responsabilidade social empresarial**: modismo, civismo ou demanda do mercado? 2003. Dissertação (Mestrado) – UFBA, Salvador, 2003.

PAGLIANO, A.G.A. **Marketing Social**. O novo mandamento para as organizações. MBA em Marketing, IBMEC, 1999.

SILVA, C. A. T.; FREIRE, F. S. **Balanço Social**: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2001.

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

SUCUPIRA, J. A. **Responsabilidade Social das Empresas**. In: Boletim do IBASE Orçamento e Democracia, nº 9, jun. 1999.

TENÓRIO, F.G. **Responsabilidade social empresarial**: teoria e prática. Rio de Janeiro: FGV, 2004.

TINOCO, J.E.P. **Balanço Social uma abordagem da transparência e da Responsabilidade Pública das organizações**. São Paulo: Atlas 2001.

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

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2005.

ZARPELON. **Gestão e Responsabilidade Social**: NBR16.001/SA 8.000. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2006.