



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

RAUL OLIVEIRA BARBOSA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ENFOQUE SOBRE O BALANÇO SOCIAL DA
COMPANHIA ENERGÉTICA DO CEARÁ (COELCE)**

FORTALEZA

2014

RAUL OLIVEIRA BARBOSA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ENFOQUE SOBRE O BALANÇO SOCIAL DA
COMPANHIA ENERGÉTICA DO CEARÁ (COELCE)**

Projeto submetido à Disciplina de Projeto de Monografia, ministrada pelo Professor João Sobrinho Roberto da Silva, do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para obtenção do título de bacharelado.

Orientador: Prof. Paolo Giuseppe Lima de Araújo

FORTALEZA

2014

RESPONSABILIDADE SOCIAL: UM ENFOQUE SOBRE O BALANÇO SOCIAL DA COMPANHIA ENERGÉTICA DO CEARÁ (COELCE)

Orientador: Prof. Paolo Giuseppe Lima de Araújo

RESUMO

Este artigo discorre acerca da responsabilidade social e o quanto ela é importante para a empresa, essa responsabilidade irá ser mensurada utilizando como instrumento de pesquisa o balanço social e a empresa foco será a Companhia Energética do Ceará(COELCE). Hoje tem-se na figura do balanço social, uma ação estratégica importantíssima para a empresa perante a sociedade. O objetivo deste artigo é analisar os valores publicados através do balanço social quanto a sua relevância e variação no decorrer de 3 anos consecutivos. Para alcançar esse objetivo fez-se uma pesquisa qualitativa, exploratória, através de um estudo de caso da empresa no período supracitado. Os resultados da pesquisa revelaram que a empresa segue a crescente tendência no que tange a responsabilidade social empresarial, investindo bons valores com responsabilidade social empresarial que podem ser percebidos seus indicadores sociais e ambientais, porem a maior destinação de cunho social refere-se a obrigações compulsórias, deixando claro um enorme espaço para melhorias.

Palavras chaves: Responsabilidade social empresarial, Balanço social, Companhia Energética do Ceará (COELCE).

1 INTRODUÇÃO

As técnicas que tratam sobre responsabilidade social vêm ganhando uma dimensão muito grande no cenário mundial. Tal fato se dá também devido às crises e dificuldade que o mercado como um todo passa, gerando assim, por exemplo o aumento do desemprego e da informalidade, a diminuição no acesso aos direitos sociais e conseqüentemente a necessidade de atuação de empresas privadas, que cada vez mais se mostram interessadas em realizar atividades de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), e divulgar suas práticas.

Assim vê-se as empresas cada vez mais comprometidas com a questão da responsabilidade social. Vinha (2002, p.5) destaca que: “as estratégias competitivas relacionadas à reputação ganham, então, uma dimensão nova para essas empresas, sendo responsáveis por um avanço rápido e significativo da tecnologia ambiental e das metodologias de relações comunitárias”.

O tema desse artigo é a RES no balanço social, pois atualmente tem-se um grande problema relacionado as más práticas humanas para com o meio ambiente e responsabilidade social. Assim sendo, o balanço social vem sendo um instrumento para que a sociedade tenha um meio de esclarecer suas dúvidas a respeito das práticas que são exercidas nas empresas que o publicam. Assim toda a sociedade pode tirar suas próprias conclusões sobre determinadas empresas e saber onde estão, por exemplo, investindo seu dinheiro, se essa empresa poderá causar prejuízos ou lucros não mensuráveis de imediato, pois os mesmos serão de caráter sociais ou ambientais, isso pode-se ser percebido analisando os indicadores

de investimento ou verificando qual o estilo de governabilidade da empresa, se investe em novos funcionários ou se seu quadro valoriza pessoas com necessidades especiais por exemplo, tudo isso e muito mais pode ser analisado com base nas informações contidas no balanço social.

Autores como Garay (2001), falam a respeito da responsabilidade social quando ela trata de uma opção do empresário investir estrategicamente no campo social, claramente referindo-se como uma estratégia de negócio que pode sim gerar um resultado melhor para a empresa.

Nesse âmbito perceber-se-á contabilidade, que nesse estudo será uma ferramenta para a preservação socioambiental. A ciência que estuda a contabilidade pode ser utilizada muito além do que o registro do patrimônio de entidades. E uma das abordagens dessa ciência é a que promove políticas sociais e ambientais, visto que a contabilidade tem o conhecimento de toda a empresa e de suas práticas, tendo o poder de opinar e realizar alguns projetos que valorizem a sustentabilidade e a visão social da entidade.

O balanço social teve início nos anos 60 nos Estados Unidos e na Europa, quando o repúdio da população a guerra do Vietnã deu início a um boicote a compra e a investimentos em empresas ligadas ao conflito. Assim, a população passou a exigir uma postura ética das mesmas para que pudessem não boicotá-las, as empresas passaram a prestar contas de suas ações e seus objetivos sociais. Essa necessidade de demonstrar anualmente esses relatórios deu início ao que hoje se chama de balanço social. Toffler (1995, p.123) aponta que “os novos valores pós-econômicos são também evidentes na crescente insistência pública de que as corporações se preocupem também com o desempenho social e não apenas com o econômico”.

Já no Brasil o estalo para essa necessidade só se deu na década de 1970, a partir disso os primeiros balanços sociais foram elaborados em 1980 e somente em 1990 diversas empresas de segmentos distintos começaram a elaborar essa demonstração. No entanto a visibilidade nacional se deu em junho de 1997 quando sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, lançou uma campanha pela divulgação voluntária do balanço social que, com o apoio de lideranças empresariais, decolou e foi o empurrão que precisava para que iniciassem uma série de debates, fóruns e seminários a respeito do assunto, que veio a construir uma nova mentalidade nas grandes empresas.

Considerando o exposto acima, pode-se verificar que é importante que a sociedade tenha acesso as informações referentes às evoluções ou involuções do desempenho da empresa nesse ambiente. Para esse estudo será analisado o balanço social da Companhia Energética do Ceará (COELCE), visto que é a uma das empresas com maior representatividade do estado e uma das que são adeptas a esse modelo de gestão, com responsabilidade ambiental, a mais tempo no estado, vem-se assim realizar o presente estudo da COELCE também pelo fácil acesso do pesquisador as informações da empresa.

Desta forma, a questão norteadora dessa pesquisa é: qual a situação da COELCE em relação as informações contidas em seus balanços sociais publicados? Para responder tal questionamento tem-se como objetivo geral desse estudo consiste em investigar como a COELCE investiu em responsabilidade sócio ambiental, tendo como objetivos específicos, analisar quais itens foram mais relevantes podendo assim fazer uma análise com maior materialidade, verificar variações de itens específicos e criar hipóteses para tais variações.

Essa investigação trata-se de uma pesquisa bibliográfica e documental, com abordagem qualitativa e quantitativa, que se desenvolverá com base em material consultado em livros, artigos e revistas entre outros e, é também um estudo de caso, porque tem caráter

de propriedade e detalhamento, pois serão analisados os balanços sociais publicados no ano de 2009 a 2011 pela COELCE. Com os balanços sociais dos referidos anos fez-se uma análise horizontal comparando os mesmos e verificando que praticas decorriam de quais variações e o que a empresa pretendia com tais investimentos, isso foi feito a partir de uma seleção dos itens mais significantes, pelo montante propriamente dito ou por sua variação, logo após foi explanado a justificativa para tais acontecimentos analisando o percentual de variação ou os montantes absolutos. As análises foram feitas através de planilhas que foram confeccionadas com valores fieis aos contidos na estrutura original dos balanços sociais publicados, com exceção do balanço de 2009 que foram utilizados os valores contidos no balanço social publicados em 2010 pois os valores referidos a 2009 foram retificados.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Responsabilidade Social Empresarial

O Balanço social vem compondo uma série de fatores que num conjunto formam o que se chama atualmente de responsabilidade social, responsabilidade essa que a cada dia vem ganhando maior importância, pois no mundo atual não adianta somente uma empresa gerar grandes lucros, sendo altamente rentável, sem se preocupar com os grandes problemas socioambientais, até porque uma empresa que se enquadre dessa forma pode até gerar grandes lucros, mas serão num curto prazo, pois, atualmente, não existe mais espaço para a irresponsabilidade socioambiental. Segundo(KREITLON, 2004), apesar de não ser muito recente essa preocupação com o meio ambiente, a partir da Conferência de Estocolmo em 1972 o assunto ganhou maior visibilidade internacional e foi tratado com maior importância.

Não existe um consenso sobre o conceito de Responsabilidade Social Empresarial - RSE, porém, existem várias proposições. Assim, as dificuldades teóricas que a RSE enfrenta são muitas, e para pesquisar o tema com maiores chances de sucesso é preciso antes conhecer as principais correntes teóricas empenhadas em justificar e fundamentar os conceitos, bem como seus limites e implicações (CARDOSO, 2005).

Segundo Pereira (2006), as diversas correntes de pensamento da RSE se desenvolveram a partir das discussões teóricas promovidas pelos defensores das escolas de economia clássica e socioeconômica. Suas estruturas foram construídas com base no questionamento ético e social das empresas e partiram de princípios bastante distintos quanto a sua forma de abordagem do tema, especialmente no que se refere aos objetivos das empresas.

Kreitlon (2004), ao fazer um levantamento da literatura sobre a RSE (MATTEN; CRANE; CHAPPEL, 2003; CARROLL; BUCHHOLTZ, 2000; GENDRON, 2000; GIBSON, 2000; DONALDSON; PRESTON, 1995; LOGSDON; PALMER, 1988), constata que os fundamentos teóricos utilizados para justificar os conceitos de RSE partem, de maneira geral, de três escolas distintas: *Business Ethics*, *Business & Society* e *Social Issues Management*.

O surgimento da *Business Ethics* acontece na década de 70, em meio a um cenário geral de contestações onde as empresas eram alvo de reivindicações constantes. O paradigma de que as empresas existiam exclusivamente para a maximização do lucro era cada vez mais questionado pela sociedade em geral, que pressionava as empresas por mudanças.

A partir de artigos escritos em 1970, por precursores da escola de economia clássica, em oposição à crescente prática da responsabilidade social, vários autores passam a argumentar que o contrato social sobre o qual se baseava o sistema de economia livre havia se

alterado, e que as empresas tinham também obrigações sociais. Retornam neste momento as discussões filosóficas acerca das finalidades das organizações, surgindo assim a *Business Ethics*, tida como um campo interdisciplinar onde dialogam entre si a filosofia e a administração (PEREIRA, 2006).

A *Business Ethics* apresenta então como proposta, um tratamento de cunho filosófico, normativo, centrado em valores e julgamentos morais, nos quais a empresa e suas atividades estão, como qualquer outra instituição presente na sociedade, sujeitas ao julgamento ético (CARDOSO, 2005). Diante deste pressuposto desenvolve-se a percepção da organização enquanto entidade moral, ou seja, as decisões empresariais deixam de ser atribuídas somente aos indivíduos e considera-se a hipótese de que possuam caráter organizacional (PEREIRA, 2006). Dessa forma, a ética deixa de ser unicamente representada por uma ética pessoal na condução dos negócios e passa a ser aplicada a chamada ética da convicção nas situações de negócios, orientadas por princípios tais como confiança, honestidade, integridade e senso de justiça (KREITLON, 2004).

Após severas críticas atribuídas à vertente intitulada *Business Ethics*, principalmente por parte dos sociólogos, deram-se início a uma cisão e, conseqüentemente, à criação, de uma nova vertente denominada *Business & Society* (Mercado e Sociedade), que se consolidou “a partir da década de 80, quando a revolução decorrente das novas tecnologias da informação fomenta a globalização, transformando organizações locais em corporações transnacionais” (PEREIRA, 2006, p. 26).

A escola *Business & Society* preconiza uma abordagem contratual quanto ao relacionamento empresa e sociedade, adotando como base uma visão sócio-política desta relação (PEREIRA, 2006). Segundo esse autor, para os pensadores desta corrente, empresa e sociedade formam uma rede de interesses e relações permeadas por disputas de poder, por acordos contratuais e pela busca da legitimidade.

Corroborando esse raciocínio, surge a “Teoria dos *Stakeholders*” desenvolvida por Freeman (1984 apud KREITLON, 2004: 8-9), cuja ideia principal é a de que as responsabilidades da empresa não estariam circunscritas somente aos acionistas, devendo ser ampliada para o conjunto das partes interessadas e afetadas por suas atividades, ou seja, seus *stakeholders*. De acordo com essa teoria, o resultado final da atividade de cada organização empresarial deve levar em consideração os retornos que otimizam os resultados não apenas dos acionistas, mas de todos os stakeholders envolvidos.

Kreitlon (2004) ressalta que a abordagem contratual fundamentada na *Business & Society* indica que a empresa, enquanto instituição social é criada para desempenhar determinadas funções junto à sociedade sendo sua legitimidade ratificada quando as cumpre literalmente. Com isso, a autora conclui que a *Business & Society* veio romper com o modelo de capitalismo selvagem e gerencial, abrindo caminho para a democratização das relações entre empresas e sociedade.

Este mesmo autor aponta que o apoio da abordagem contratual se dá, basicamente, sobre três grandes pressupostos teóricos: a) empresa e sociedade são parte de um mesmo sistema, e estão em constante interação; b) ambas estão ligadas entre si por um contrato social; c) a empresa está sujeita ao controle por parte da sociedade.

Paralelamente à *Business & Society*, surge, em meados da década de 1980, a terceira escola, a da Gestão de Questões Sociais (*Social Issues Management*). Esta escola, segundo Kreitlon (2004), é de natureza nitidamente instrumental, e trata os problemas sociais como variáveis a serem consideradas no âmbito da gestão estratégica, ou seja, de forma a melhorar o desempenho da empresa. De acordo com esta escola, a empresa deve procurar dispor de

ferramentas de gestão que lhe possibilitem maximizar o desempenho ético e moral das organizações visando com isso transformar a sensibilidade corporativa em vantagem competitiva. Preconiza que a médio e longo prazo o que é bom para a sociedade também é bom para a empresa, deixando transparecer que o que é bom para a empresa acaba por fim sendo também bom para a sociedade (PEREIRA, 2006).

Esta escola, de abordagem estratégica, tem na figura do economista Milton Friedman um dos seus principais expoentes, de forma que considerava que a única responsabilidade social nos negócios é aumentar o lucro, maximizar o retorno e colocar fé na eficiência dos mercados, o que, supunham, beneficiaria o maior número de pessoas (CARDOSO, 2005).

Segundo Cardoso (2005), as justificativas apresentadas para a RSE por esta abordagem baseiam-se em três argumentos principais, todos de caráter utilitário: a) a empresa pode tirar proveito das oportunidades de mercado decorrentes de mudanças nos valores sociais, se souber antecipar-se a eles; b) o comportamento socialmente responsável pode trazer-lhe vantagem competitiva; c) uma postura proativa permite antecipar-se a novas legislações, ou mesmo evitá-las.

Para esse autor, a preocupação oportunista dessa escola reforça o conhecimento de que a empresa não existe em um ambiente composto apenas por consumidores, produtores e concorrentes, mas também por cidadãos que evoluem dentro de uma ordem política organizada (GENDRON, 2000 apud CARDOSO, 2005, p. 83), mesmo que esse reconhecimento traduza o pragmatismo ao invés de preocupações morais.

Apesar disso, só o fato de procurar-se aproveitar as oportunidades e minimizar os riscos por meio da resposta imediata às demandas sociais e éticas apresentadas pelos consumidores são fatores importantes que mostram a evolução das empresas. Segundo Kreitlon (2004), o reconhecimento da dimensão social do consumidor e o caráter evolutivo das instituições abordados na *Social Issues Management* são decorrentes da própria evolução das correntes teóricas do campo da estratégia e mesmo da economia.

Percebe-se uma preocupação em equilibrar responsabilidades econômicas, sociais e ambientais, considerando que as empresas não devem apenas levar em conta o aspecto econômico-financeiro, mas também o desempenho da operação, a satisfação nas relações com os *stakeholders* relacionados ao negócio e à contribuição da empresa para o desenvolvimento de uma sociedade sustentável (Ashley, 2002).

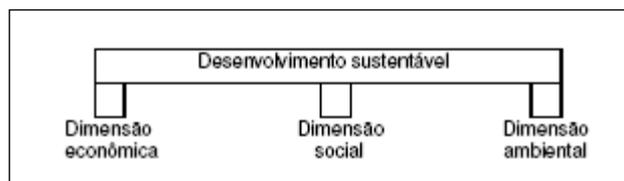
Dessa forma, embora não exista na literatura acadêmica um consenso a respeito da definição de Responsabilidade Social Empresarial (RSE), verifica-se que esse conceito parte de um conceito mais amplo: o desenvolvimento sustentável. Pois, conforme destacam Melo Neto e Froes (1999), a responsabilidade social está inserida na dimensão social e, juntamente com as dimensões econômica e ambiental, que constitui os três pilares do desenvolvimento sustentável: desenvolvimento econômico, desenvolvimento social e proteção ambiental. Segundo a BSD (*Business Meets Social Development*) o conceito de desenvolvimento sustentável trata da questão de que não haverá crescimento econômico sem que haja progresso social e preservação ambiental. Com base no citado tripé surgiu o *Triple Bottom Line*, conceito normalmente traduzido com adaptações para o português para tripolaridade, conforme modelo apresentado de Melo Neto e Froes, que é formado pelos aspectos sociais, ambientais e econômicos.

Os três lados, econômico, ambiental e social, devem ser vistos com pesos iguais, pois da mesma maneira que o desenvolvimento econômico não se sustenta sem uma contrapartida ambiental e social, os outros também não se sustentam sem a contrapartida de desenvolvimento econômico da empresa.

O triple Bottom Line é utilizado para refletir esses três fatores de uma organização, buscando minimizar possíveis danos resultantes da atuação empresarial e será o modelo conceitual adotado neste trabalho.

Com a prática de ações sociais em benefício da sociedade, a empresa está atuando na dimensão social desse desenvolvimento sustentável e exercendo a sua responsabilidade social, conforme demonstra a figura a seguir:

Figura 1: Os três pilares do desenvolvimento sustentável.



Fonte: Neto e Froes, 2001, p. 91.

Estudos sobre investimento social privado apontam, como tendência, que as empresas brasileiras preferem colocar seus recursos em projetos sociais próprios e, para organizar suas atividades, algumas criam fundações e institutos, outras definem estruturas dentro na própria organização e estabelecem orçamentos, e outras delegam a um departamento - Recursos Humanos, Comunicação ou Relações Institucionais - a tarefa de planejar e implementar ações sociais, obedecendo a uma lógica de gestão interna dos seus esforços voltados para comunidades. Nas duas últimas décadas, concepções sobre o desenvolvimento de projetos sociais por parte das empresas passaram a fazer parte, pelo menos no discurso empresarial, das estratégias de muitas corporações (TEODÓSIO, 2002). Verifica-se que os projetos sociais mantidos pela iniciativa privada constituem uma grande tendência da RSE, os quais têm recebido crescente atenção nos últimos anos, prática comumente definida como “Cidadania Corporativa”, ou “Cidadania Empresarial”.

Nesse sentido, as ações sociais das empresas compreendem o conjunto das atividades que vão desde doações pequenas e eventuais, até programas e projetos estruturados e com foco preciso, seja na saúde, na alimentação, na educação, no meio ambiente, ou, enfim, em fatores que contribuam para melhorar as condições de vida de um grupo, ou comunidade, excluindo-se as atividades executadas por obrigação legal, como o cumprimento de normas ambientalistas (IPEA, 2009).

2.2 O balanço social

Vê-se na contabilidade a proposta de fazer toda a evidenciação da empresa no que tange o meio patrimonial, econômico e financeiro de todas as empresas contidas no mercado. Queiroz e Queiroz (2000, p. 81) afirmam que “sendo a contabilidade uma enorme fonte de registro, interpretação e informação de dados empresariais e governamentais, deve também passar a preocupar-se com o retorno a ser dirigido a toda a sociedade”. Para Iudícibus e Marion (2002, p. 53) a Contabilidade tem o objetivo “de fornecer informação de natureza econômica, financeira e subsidiariamente, física, de produtividade e social, aos usuários internos e externos à entidade objeto de contabilidade”. Segundo as definições pode-se perceber a total capacidade da contabilidade de suprir as necessidades da sociedade quanto a informações relevantes das empresas que impactam na mesma.

O Balanço Social contém as demonstrações das práticas de responsabilidade social, onde a entidade torna pública as ações sociais que executa com os seus diversos parceiros: empregados, comunidade, meio ambiente, entre outros.

O Balanço Social é um documento publicado anualmente, reunindo um conjunto de informações sobre as atividades desenvolvidas por uma empresa, em promoção humana e social, dirigidas aos seus empregados e à comunidade onde está inserida.

Nesta perspectiva, de acordo com Taylor (1980, p. 38), o Balanço Social pode assumir diversos objetivos de acordo com o envolvimento da empresa na área social, podendo ser resumidos em: a) Instrumento de Diálogo e Comunicação: a empresa, quando assume suas responsabilidades sociais, desenvolve um processo de comunicação contínua e permanente com os componentes da sua inter-relação interna e externa. b) Instrumento de Relações Públicas das Organizações: uma publicidade positiva, usada pela empresa para divulgar os resultados efetivos no âmbito da sua ação social e não com a finalidade de persuadir a população, mostrando fatos isolados que pouca importância apresentam no conjunto das suas ações com os seus parceiros. O Balanço Social deve retratar o todo e não as partes. c) Instrumento de Gestão Social: quando a empresa decide atuar no plano social empresarial, porque compreende a importância que tem, o interesse humano vai acompanhar todas as suas ações.

A análise, o planejamento e o controle da gestão social serão constantes. A função principal do Balanço Social da empresa é tornar público a responsabilidade social da empresa, mostrando com transparência para o público em geral. De acordo com Kroetz (2000), os principais usuários dos dados contidos no Balanço Social são: trabalhadores, acionistas, diretores/administradores, fornecedores, clientes, sociedade, governo, estudiosos, concorrentes e sindicatos. Para os trabalhadores, por exemplo, as informações contidas no Balanço Social alcançam importância por divulgar um conjunto de características que representam o perfil de seus funcionários, como faixa etária, faixas salariais, qualificação, escolaridade, etc.

Ressalta-se que, no Brasil, ainda não existe uma lei que torne o Balanço Social uma divulgação compulsória. A lei nº 6.404/76 dispõe, dentre outros, sobre as demonstrações contábeis obrigatórias, nas quais não está incluso tal demonstrativo.

Um modelo de Balanço Social muito utilizado pelas empresas brasileiras é o recomendado pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas - IBASE, entidade cujo objetivo inicial, segundo Pires (2002, p. 26), “incentivar o desenvolvimento de uma política de abordagem social por parte das empresas, deixando de lado uma postura paternalista que até então era defendida pelas empresas e aceita pela sociedade”. Para estimular a participação de um maior número de corporações, em 1998, o IBASE lançou o Selo Balanço Social IBASE/Betinho, o qual é oferecido às empresas que aderirem ao modelo proposto pela entidade.

3 METODOLOGIA

De acordo com Richardson (1999), metodologias são procedimentos utilizados no método científico, o qual, por sua vez, pode ser definido como o caminho para se chegar a determinado fim ou objetivo

O presente trabalho trata-se de uma pesquisa exploratória visto que busca familiaridade com o estudo para entendê-lo e construir hipóteses, descritiva pois busca-se descrever os fenômenos ocorridos com a empresa escolhida e publicados no balanço social,

faz-se presente também uma análise de exemplos na figura de um estudo de caso que conforme Yin (2001), é uma estratégia de pesquisa que compreende um método que abrange tudo em abordagens específicas de coletas e análise de dados, caracterizando-se também como um estudo bibliográfico uma vez que há a necessidade de se realizar várias pesquisas em livros e publicações já existentes e analisadas, foram feitas diversas consultas em livros e artigos para se encontrar uma base concreta para a realização da pesquisa, será caracterizada também como documental ao verificar que o material que base de estudo desse trabalho foram balanços sociais já publicados e sem uma análise previa, não deixando de ter um cunho comparativo quando se toma como base os anos de 2009, 2010 e 2011 dos balanços sociais publicados para a realização do estudo, visto que o estudo iniciou-se em 2012.

Para atingir os objetivos traçados no estudo, foram agrupados os 3 balanços sociais da empresa em análise e realizou-se análise dos dados de todos os grupos do balanço social na mesma ordem que se encontra no demonstrativo utilizando-se, nos itens relacionados a investimento a porcentagem dos mesmos relacionados com a folha de pagamento bruta (FPB) e a porcentagem sobre a receita líquida (RL), e nos itens que não se utilizam de valores em unidade monetária foi analisado o valor absoluto e na última planilha analisada se observou a política da empresa.

Observando a consistência da análise de dados o presente artigo pode ser considerado como uma pesquisa qualitativa ao analisar os números publicados como um todo e quais os motivos e impactos para a sociedade e para a empresa, e descritiva ao

A análise através da variação ocorrida em percentual da relação entre os anos estudados possibilitará que sejam descritos fenômenos que ocorreram com a empresa em relação a ela mesma e a sociedade e poderá ser percebido as políticas adotadas pela empresa e quais suas práticas em relação a tais escolhas da gestão.

4 ANÁLISE DE RESULTADOS

A Companhia Energética do Ceará - COELCE vem disponibilizando anualmente, em seu site, o balanço social no formato requerido pela Ibase, sendo esta a base para a análise de dados, os balanços sociais referentes a 2009, 2010 e 2011.

Observa-se na tabela abaixo valores referentes a atividade fim da empresa ou seja valores decorrentes da distribuição de energia, são analisados os anos propostos no estudo verificando suas variações nos anos subsequentes.

Tabela 1 – Evolução dos itens referentes a base de cálculo apresentados no Balanço Social da Coelce, entre 2009 e 2011

ITENS	Valor R\$ (Mil reais)	Valor R\$ (Mil reais)	Variação 09/10	Valor R\$ (Mil reais)	Variação 09/11
	2009	2010		2011	
Receita Líquida (RL)	2.419.287	2.849.706	18%	2.627.212	9%
Resultado Operacional (RO)	532.005	662.746	25%	621.343	17%
Folha de Pagamento Bruta (FPB)	95.433	98.036	3%	114.754	20%

Fonte: Dados da Pesquisa.

Analisando-se os valores dos três itens iniciais do Balanço Social da COELCE: Receita Líquida (RL), Receita Operacional (RO) e Folha de Pagamento Bruta (FPB), percebe-

se que há uma crescente de 2009 para 2010, e uma redução nessa crescente quando se compara 2009 com 2011, conforme esperado, visto que o setor de energia elétrica, principalmente no estado do Ceará, não sofre efeitos de sazonalidade no consumo, e assim o lucro tende a ter um padrão de pouca variação, mantendo-se em uma média, mas se pode ver que a folha de pagamento segue uma crescente, isto vem mostrar que a empresa continua a crescer principalmente no que tange a pessoal.

Acerca de alguns indicadores sociais internos indicados na tabela 2, pode-se observar que foi feito um investimento expressivo nos itens relacionados com a satisfação do funcionário, principalmente quanto a distribuição de lucro da empresa. Nota-se que a empresa procura, de certa maneira, motivar seu corpo funcional a desempenhar de forma satisfatória suas atividades com a relativa pretensão de que os mesmos venham agregar mais valores em seus resultados operacionais

Tabela 2 – Indicadores Sociais Internos

INDICADORES SOCIAIS INTERNOS	2009			2010			2011		
	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação	5.999	6,29%	0,25%	6.175	6,30%	0,22%	7.489	6,53%	0,29%
Previdência privada	5.405	5,66%	0,22%	8.958	9,14%	0,31%	6.071	5,29%	0,23%
Saúde	7.301	7,65%	0,30%	8.076	8,24%	0,28%	8.388	7,31%	0,32%
Participação nos lucros ou resultados	9.544	10,00%	0,39%	8.531	8,70%	0,30%	10.817	9,43%	0,41%
Encargos sociais compulsórios	25.412	26,63%	1,05%	28.144	28,71%	0,99%	34.112	29,73%	1,30%

Fonte: Dados da Pesquisa.

Em relação aos indicadores sociais internos, pode-se perceber que há uma grande demanda em relação aos encargos sociais compulsórios, com uma média, nos 3 anos analisados, de 28,39% dos indicadores internos para os usuários internos, mas que não entrará na análise por se tratar de algo compulsório.

Na tabela 2, observa-se que a empresa tem investido bastante em seus colaboradores, destacando-se como indicadores mais expressivos a participação nos lucros, como forma de incentivo aos funcionários pelo bom trabalho exercido no período, logo após se ver que em média o segundo maior investimento, lembrando a desconsideração dos encargos sociais compulsórios, é na saúde, onde a empresa arca com o plano de saúde dos funcionários para que os mesmos tenham melhores condições para exercer o trabalho em seguida tem-se a previdência privada, a qual a empresa paga uma previdência privada para que o funcionário no futuro tenha uma aposentadoria mais confortável, gerando assim um melhor bem estar no presente, e por fim a alimentação que consiste na distribuição de vales alimentação e vales refeição, com um desconto simbólico em folha.

Tabela 3 – Indicadores Sociais Externos

INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS	2009			2010			2011		
	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL
EDUCAÇÃO	268	0,05%	0,01%	379	0,06%	0,01%	300	0,05%	0,01%
CULTURA	9.509	1,79%	0,39%	12.769	1,93%	0,45%	12.528	2,02%	0,48%
ESPORTE	248	0,05%	0,01%	834	0,13%	0,03%	457	0,07%	0,02%
OUTROS	75.579	14,21%	3,12%	184.027	27,77%	6,46%	112.869	18,17%	4,30%

Fonte: Dados da Pesquisa.

Referindo-se aos indicadores sociais externos, a tabela 3 apresenta modestos percentuais sobre FPB e RL de investimentos em educação, cultura e esporte, nos três anos analisados. Tais investimentos são materializados, principalmente, através de patrocínios, o que poderá promover a inclusão social de comunidades carentes. Destaca-se o indicador referente à cultura, com o índice que aumenta constantemente, é o qual mais se investe de maneira específica. E vê-se em outros um investimento mais significativo, esses outros tratam-se de programas sociais, fundos de amparo e investimentos esporádicos, e também a luz para todos, um programa social da Coelce. Em 2009 existia a linha de saúde e saneamento a qual não existia nenhum investimento e foi retirada dos balanços posteriores.

Tabela 4 – Indicadores Ambientais

INDICADORES AMBIENTAIS	2009			2010			2011		
	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL
INVESTIMENTOS COM A PRODUÇÃO/OPERAÇÃO DA EMPRESA	10.049	2,57%	0,47%	23.376	3,53%	0,82%	20.179	3,25%	0,77%
INVESTIMENTO EM PROGRAMAS E /OU PROJETOS EXTERNOS	8.528	2,18%	0,40%	19.162	2,89%	0,67%	21.259	3,42%	0,81%

Fonte: Dados da Pesquisa.

No que diz respeito aos indicadores ambientais, na Tabela 4 se demonstra que a COELCE realizou bons investimentos ambientais nos três anos analisados com percentuais pequenos, mas representativos em relação a sua receita líquida e folha de pagamento bruta.

Tabela 5 – Indicadores do Corpo Funcional

2 - INDICADORES CORPO FUNCIONAL			
	2009	2010	2011
Número de funcionários ao fim do período	1.298	1.308	1.309
Número de funcionários terceirizados	7.042	7.261	6.300
Número de estagiários	184	193	229
Número de funcionários acima dos 45 anos	631	751	692
Número de mulheres na empresa	296	305	297
Número de mulheres em cargos de chefia	26%	26%	27%

Número de portadores de deficiência ou necessidades especiais	55	61	63
---	----	----	----

Fonte: Dados da Pesquisa.

Com base na tabela 5, verifica-se que o houve uma constância no número de funcionário da COELCE, onde se pode perceber dificuldade para se entrar para o quadro de funcionários efetivos da empresa, principalmente se for comparado com o número de empregados terceirizados, que é mais que o triplo dos funcionários efetivos, em todos os anos estudados. Percebe-se, também, que a COELCE está optando pela contratação de mais estagiários, visto que houve um aumento na contratação nos três anos. Nota-se que com essa atitude, a empresa proporciona novas oportunidades de trabalho a pessoas com menos experiência, entretanto, beneficia-se com a possível diminuição dos seus encargos sociais considerando que é uma mão-de-obra não geradora de vínculo empregatício.

A presença de mulheres em cargos chefia somente foi alterada em 1% no terceiro ano, o que vem a comprovar a dificuldade encontrada em promoções e contratações de mulheres dentro da empresa. Foi constatado que a empresa consegue segurar seus funcionários ou que valoriza pessoas experientes, pois o número de pessoas com mais de 45 anos na empresa é considerável de 2009 para 2010 inclusive cresce e em 2011 há uma queda mas mantendo o número elevado. Os Portadores de Necessidades Especiais (PNEs) correspondiam a 55 depois 61 e 63, ou seja em 3 anos só contrataram 8 funcionários PNEs o que mostra um descaso para com essa categoria, a empresa não vem sendo feliz nessa política.

5 CONCLUSÃO

O presente estudo teve como objetivo investigar como a COELCE investiu em responsabilidade socioambiental. Desta forma decidiu-se analisar os balanços sociais publicados no período de 2009 a 2011.

Percebeu-se através das análise dos resultados que a empresa apresenta aspectos positivos e negativos quando a analisamos de forma vertical e horizontal, porém por não ser o objetivo do presente trabalho não foi feita uma análise comparativa da Coelce com outras empresas, mas podemos afirmar que os pontos tratados no presente trabalho vislumbram um excelente futuro para a empresa estudada pois a mesma já tomou consciência da necessidade de uma atuação com políticas socioambientais e de sustentabilidade , passando assim na frente de muitas empresas que não tratam esses pontos com a devida importância.

Foi percebido que a empresa destina os maiores valores para as obrigações, e devido a esse fato destina montantes menores para as políticas descritas no balanço social, contudo vemos um bom investimento nos fatores internos , os quais motivam diretamente os funcionários como alimentação , saúde e participação nos lucros, outro ponto onde já existe um bom investimento, relativamente falando, é na área de indicadores ambientais onde os investimentos são maiores que em boa parte dos indicadores externos, os quais são o que representam menor volume, retirando as obrigações no caso os tributos, esse é um ponto onde a empresa deve melhor pois os membros da sociedade necessitam tanto quanto os funcionários de investimentos para crescerem e evoluírem inclusive como sociedade

Pode-se concluir com o presente estudo que o Balanço Social é uma ferramenta indispensável para uma empresa que almeja uma boa imagem perante a sociedade servindo para que haja a consolidação da imagem ética das empresas junto à sociedade. Referente a Coelce é claro perceber que há uma preocupação com tal imagem, visto que existem vários

projetos socioambientais e ações que vem com o propósito de proporcionar uma melhor qualidade de vida dos funcionários e da sociedade em que a empresa está inserida.

Ao longo da pesquisa pode-se destacar a credibilidade da marca Coelce como a principal vantagem entre tantas advindas dos investimentos sociais desenvolvidos pela empresa.

Em um modo geral pode-se considerar a COELCE como uma empresa socialmente responsável com consciência ambiental visto que ela tem um compromisso e envolvimento com a qualidade dos serviços prestados.

REFERÊNCIAS

ASHLEY, Patrícia (coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2002.

Brasil e o multilateralismo econômico, O / 1999 - Livros - Acervo 302
ALMEIDA, Paulo Roberto de. O Brasil e o multilateralismo econômico

CARDOSO, André Coimbra Félix. **O programa científico de pesquisa da Responsabilidade social empresarial: a ética e os Mecanismos e processos que estimulam e orientam essa prática**. 2005. 320p. Dissertação (Mestrado em

Excelência em Gestão, 1, 2002, Niterói. **Anais...**, Rio de Janeiro: Universidade Federal Fluminense, novembro, 2002. p.1-12

GARAY, Ângela B. B. Scheffedr. Programa de voluntariado empresarial: modismo ou elemento estratégico para as organizações. **Revista de Administração**, v.36, n.3, p.6-14, julho/setembro,2001.

GENDRON, C. Le questionnement éthique et social de l'entreprise dans la littérature managériale. (Working paper) **Cahiers du CRISES**, no. 0004, 2000 apud CARDOSO, André Coimbra Félix. **O programa científico de pesquisa da Responsabilidade social empresarial: a ética e os Mecanismos e processos que estimulam e orientam essa prática**. 2005. 320p. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal de Santa Catarina, 2005.

Ibase e BS . Publique seu balanço social Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?sid=2>> Acesso em : 26.05.2012

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA - IPEA. **Ação Social das Empresas: avanços e desafios**. <Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/default.jsp>>. Acesso em: 14 de abril de 2009.

IUDÍCIBUS, Sérgio de, MARION, Ernesto. Manual de contabilidade das sociedades por ações. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002

KREITLON, M. P. A Ética nas Relações entre Empresas e Sociedade: Fundamentos Teóricos da Responsabilidade Social Empresarial. In: Anais do **XXVIII ENANPAD**, Curitiba, 2004.

KROETZ, César Eduardo S. Balanço Social: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. *Balço Social: teoria e prática*, São Paulo, Atlas, 2000.

MARTINS, G. A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

MELO NETO, F. Paulo de; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001.

PEREIRA, Wolney Afonso. **Proposição de um modelo analítico dos estágios da responsabilidade social corporativa**. 2006. 58p. Dissertação (Mestrado Profissionalizante em Administração) - Faculdade de Economia e Finanças IBMEC, 2006.

PIRES, Mirian Albert. *Balço social: uma análise das empresas do estado do Espírito Santo*. Espírito Santo: UFES, 2002.

QUEIROZ, Regiane L. Silveira; QUEIROZ, Eliseu Silveira. A contabilidade como um instrumento de gestão ambiental e empresarial, e sua contribuição à melhoria da qualidade de vida planetária. *Revista Pensar Contábil do Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro, ano III, n.º 09, agosto/outubro de 2000.

_____. **Responsabilidade social e cidadania empresarial**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

TAYLOR, F. W. *Princípios de administração científica*. São Paulo: Atlas, 1980.

TEODÓSIO, Armindo dos Santos. **O terceiro setor como utopia modernizadora da provisão de bens e serviços sociais: dilemas, armadilhas e perspectivas no cenário brasileiro**. 110 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais/Gestão de Cidades) - Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte. Disponível em www.pucminas.br. Acesso em 10.03.2009.

TOFFLER, Alvin. **A empresa flexível**. Rio de Janeiro: Record, 1995

VINHA, V. Stakeholders Approach: Novo paradigma operacional. In: Congresso Nacional de YIN, Roberto K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 2ª Ed. Porto Alegre. Editora: Bookmam. 2001.