



Revista Universo Contábil, ISSN 1809-3337
Blumenau, v. 8, n. 4, p. 97-118, out./dez., 2012

doi:10.4270/ruc.2012433

Disponível em www.furb.br/universocontabil



EVIDENCIAÇÃO SOCIAL DAS EMPRESAS BRASILEIRAS DE CAPITAL ABERTO: UMA ANÁLISE QUALITATIVA DAS AÇÕES EM PROGRAMAS SOCIAIS EXTERNOS NO PERÍODO DE 2005 A 2009¹

SOCIAL DISCLOSURE OF BRAZILIAN PUBLICLY-TRADED COMPANIES: A QUALITATIVE ANALYSIS OF ACTIONS IN EXTERNAL SOCIAL PROGRAMMES FROM 2005 TO 2009

DIVULGACIÓN SOCIAL DE LAS EMPRESAS BRASILEÑAS QUE COTIZAN EN BOLSA: UN ANÁLISIS CUALITATIVO DE LAS ACCIONES EXTERIORES EN LOS PROGRAMAS SOCIALES EN EL PERÍODO 2005 A 2009

Rodrigo de Souza Gonçalves

Doutorando do Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da UnB/UFPB/UFRN
Endereço: Universidade de Brasília, Campus Universitário Darcy Ribeiro
CEP: 70.910-900 – Brasília/DF – Brasil
E-mail: rgoncalves@unb.br
Telefone: (61) 3107-0798

Otávio Ribeiro de Medeiros

Doutor em Economia pela University of Southampton – Grã-Bretanha
Professor do Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da UnB/UFPB/UFRN e do Programa de Pós-graduação em Administração da UnB
Endereço: Universidade de Brasília, Campus Universitário Darcy Ribeiro
CEP: 70.910-900 – Brasília/DF – Brasil
E-mail: otavio@unb.br
Telefone: (61) 3107-6707

Andréa de Oliveira Gonçalves

Doutora em Integração da América Latina pelo PROLAM-USP
Professora do Programa de Pós-Graduação em Administração da UnB
Endereço: Universidade de Brasília, Campus Universitário Darcy Ribeiro
CEP: 70.910-900 – Brasília/DF – Brasil
E-mail: andreagon@unb.br
Telefone: (61) 3107-6707

¹ Artigo recebido em 13.10.2011. Revisado por pares em 23.11.2011. Reformulado em 26.12.2011. Recomendado para publicação em 26.01.2012 por Ilse Maria Beuren (Editora). Publicado em 31.12.2012. Organização responsável pelo periódico: FURB.

RESUMO

Este artigo apresenta resultados de uma avaliação do nível de evidenciação social das empresas brasileiras de capital aberto quanto à prestação de contas dos projetos sociais externos. Os programas sociais possuem dentre outros objetivos a redução do impacto negativo causado pela atividade operacional das empresas (JENSEN et al., 1972). A pesquisa é de natureza qualitativa, valendo-se da análise de conteúdo como técnica de análise dos dados. Foram analisados relatórios de 83 empresas brasileiras listadas na BM&FBovespa com maior nível de liquidez de suas ações no período de 2005 a 2009. As categorias analisadas (informações passadas, prospecções de ações futuras e acessibilidade) apontam que estarem listadas em bolsa de valores no exterior e em fundos socialmente responsáveis são as características preponderantes para um maior e melhor nível de evidenciação social. Destaca-se também que as empresas consideradas de maior impacto ambiental são aquelas que apresentam um maior nível de evidenciação social quando comparado com as demais empresas. Além desses fatores, ressalta-se o fato de que há, de modo geral, uma evolução no nível de evidenciação no período, uma vez que as empresas consideradas com um nível de evidenciação social alto passou de 21% em 2005 (17 empresas) para 27% em 2009 (22 empresas). Essa tendência demonstra a importância de tal informação, bem como a preocupação das empresas em dar maior transparência às suas ações em programas sociais.

Palavras-chave: Evidenciação social. Empresas brasileiras. Índice. Qualidade da informação.

ABSTRACT

This paper presents assessment results of the social disclosure level of Brazilian publicly-traded companies regarding the disclosure of external social projects. Social programs have among other aims the reduction of the negative impact caused by company's operating activities (JENSEN et al., 1972). This research has a qualitative nature and uses content analysis as a technique for data analysis. Reports of 83 Brazilian companies listed in BM&FBovespa with the highest level of stock liquidity in the period from 2005 to 2009 were analysed. The analysed categories (past information, prospection of future actions, and accessibility) indicate that being listed in foreign stock exchanges and in social responsible funds are the most important characteristics to higher and better levels of social disclosure. It is also found that companies considered as having higher levels of environmental impact are those which present higher levels of social disclosure when compared with the other companies. Besides these factors, it is observed that there is, in general, an evolution of the level of disclosure in the period, since the companies considered as having high levels of social disclosure increased from 21% in 2005 (17 companies) to 27% in 2009 (22 companies). This trend demonstrates the importance of such information, as well as these companies' concern in providing more transparency of their actions in social programs.

Keywords: Social disclosure. Brazilian companies. Index. Quality of information.

RESUMEN

Este artículo presenta los resultados de una evaluación del nivel de la divulgación social de las empresas brasileñas que cotizan en el exterior, especialmente en lo que se refiere a la rendición de cuentas de proyectos sociales. Los programas sociales tienen, entre otros objetivos la reducción del impacto negativo causado por la actividad operacional de las empresas (JENSEN et al., 1972). La investigación es cualitativa por naturaleza, basándose en análisis de contenido como técnica de análisis de datos. Se analizaron los informes de 83 empresas brasileñas que cotizan en BM&FBovespa con una mayor liquidez de sus acciones

en el periodo de 2005 a 2009. Las categorías analizadas (las informaciones colectadas, las prospecciones de las futuras acciones y la accesibilidad) señalan que destacándose en lista de las bolsas de valores en el extranjero y en fondos socialmente responsables son las características predominantes de un más alto y mejor nivel de divulgación social. Asimismo cabe destacar que las empresas consideradas de mayor impacto ambiental son las que presentan un más grande nivel de divulgación social, en comparación con otras empresas. Además de estos factores, se resalta el hecho de que hay, en general, una evolución en el nivel de destaque en el período transcurrido ya que las empresas apuntadas con un alto nivel de divulgación social aumentó de 21% en 2005 (17 empresas) al 27% en 2009 (22 empresas). Esta tendencia demuestra la importancia de dicha información, así como la preocupación de las empresas en ofrecer más transparencia a sus acciones en los programa sociales.

Palabras-clave: Social disclosure. Empresas brasileñas. Índice. Calidad de información.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente os impactos negativos gerados pela atividade operacional das organizações, também denominados de externalidades, têm sido atenuados por algumas empresas por meio de ações de combinam a remodelagem interna de suas ações até a atuação na comunidade pelos denominados programas sociais.

Os programas sociais surgiram a partir da década de 1960 em resposta às pressões de movimentos sociais em diversos países (SEIDLER; SEIDLER, 1975) passando a inclusive ser incorporados como elemento estratégico em diversas empresas (HAYDEL, 1989; PORTER; KRAEMER, 2002; SAIIA; CARROLL; BUCHHOLTZ, 2003).

Ocorre que tais programas se por um lado, tem por objetivo atuar como um instrumento na redução das externalidades empresariais, por outro eles demandam recursos econômico-financeiros, exigindo dessa forma, que o gestor do capital realize sua prestação de contas a fim de que se reduza a assimetria informacional para com os investidores.

No Brasil em especial, pesquisas como a de Peliano et al. (2002, 2006) e Machado Filho e Zylbersztajn (2003) apontam que a escolha de tais programas não possui qualquer relação com os objetivos estratégicos da empresa, não possui estruturas, quer formais ou informais, que dêem sustentação adequada à implementação de ações de responsabilidade social ou do seu monitoramento.

Apesar da temática na área contábil ter levantado discussões desde a década de 1970, até o momento a forma em que essa prestação de contas deve ser realizada varia de empresa para empresa em razão de diversos fatores, dentre eles a ausência de sua obrigatoriedade e padronização.

Diante desse cenário, este artigo apresenta resultados de pesquisa que avaliou o nível de evidenciação social das empresas brasileiras de capital aberto quanto à prestação de contas dos projetos sociais externos. A pesquisa, também, apontou os itens que permitem avaliar o evidenciação social e os critérios para a análise entre as empresas avaliadas.

O presente estudo justifica-se à medida que se buscou analisar a qualidade do nível de evidenciação social, permitindo que se aponte aspectos que devem ser objeto de melhorias na prestação de contas acerca dos projetos sociais externos. Além disso, a análise foi realizada de forma comparada, segregando as empresas a partir de suas características, permitindo identificar quais são os fatores qualitativos as caracterizam na busca de uma melhor e maior evidenciação da informação social.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Os investimentos sociais são caracterizados pela ação discricionária de uma

organização, realizada por meio de programas sociais, com o objetivo de atender a demandas que estão fora do escopo de sua atividade empresarial, reduzindo o impacto negativo gerado por suas atividades. Para Jensen *et al.* (1972, p.339) “*social program is a plan of action, an experiment introduced into society for the purpose of producing a change in the status of the society or some of its members*”ⁱ.

Para estes autores, as ações realizadas pelos programas sociais devem produzir mudanças na sociedade, o que por sua vez abre espaço para uma avaliação desta em relação à empresa sob outra perspectiva e que não aquela relacionada à sua atividade operacional. Sob este aspecto, faz com que esta possa ganhar maior aceitação por parte daqueles que são impactados de forma negativa por suas atividades (ORLITZKY; BENJAMIN, 2001).

Já, Milani Filho (2008, p.92) afirma que tais ações são caracterizadas “basicamente pela transferência voluntária de recursos de empresas privadas para projetos sociais, ambientais e culturais de interesse público”. Nota-se que neste aspecto, a transferência voluntária de recursos empresariais pode fazer com que o detentor do capital, questione a organização da real utilidade da alocação desses recursos, ou pelo menos quanto aos critérios utilizados para a realização de tal transferência de recurso e para a realização dos referidos programas sociais.

O debate e as opiniões controversas acerca desse tipo de investimento surgem pela impossibilidade, pelo menos até o momento, de relacionar de modo objetivo o quanto que tais recursos revertem-se em benefícios de melhoria de imagem e retorno econômico para as organizações. Assim, diante da ambiguidade – metas corporativas e sociais – as organizações acabam buscando, pelo menos, legitimidade da sociedade através de ações que lhe atendam as necessidades e ainda consigam promover os objetivos da empresa (SAIA; CARROLL; BUCHHOLTZ, 2003).

Na visão de autores como Richardson, Welker e Hutchinson (1999) Orlitzky e Benjamin (2001) e Brown, Helland e Smith (2006), a promoção de ações sociais pode contribuir com a melhoria da imagem da organização na sociedade e ainda maximizar o seu valor, diminuir o risco e trazer vantagens competitivas.

Nesse sentido há pesquisas que corroboram o fato de que, empresas que atuam em setores mais suscetíveis à opinião pública e de maior impacto socioambiental, como é o caso das empresas de papel e celulose, petroquímicas, distribuição de energia e gás, entre outras, passam a ter uma maior atuação e divulgação de suas ações sociais (RICHARDSON; WELKER, 2001; CAMPBELL; MOORE; SHRIVES, 2006; CLARKSON, RICHARDSON; VASVARI, 2008; BRANCO; RODRIGUES, 2008).

Além do setor, outros fatores também são considerados determinantes do evidenciamento social, tais como: tamanho, alavancagem, internacionalização, característica do controlador, participação em fundos socialmente responsáveis e auditoria (RIAHI-BELKAOUI; KARPIK, 1988; GRAY *et al.*; 2001; RICHARDSON; WELKER, 2001; CAMPBELL; MOORE; SHRIVES, 2006; CLARKSON, RICHARDSON; VASVARI, 2008; MURCIA; SANTOS, 2009).

No caso das quatro primeiras características, a justificativa por uma maior evidenciamento social se dá basicamente em decorrência de uma maior exposição, seja com a sociedade, como é o caso principalmente do setor e do tamanho, ou de credores e investidores, no caso de empresas mais alavancadas e/ou emissoras de ações em bolsas de valores fora de seu país de origem (HOLM; SCHOLER, 2010).

Em decorrência de sua maior exposição, as empresas tendem a aperfeiçoar suas práticas de evidenciamento como forma de torná-la um mecanismo de redução da assimetria informacional e transparência, na busca de maior confiabilidade dos investidores externos, bem como dos demais usuários que avaliam a empresa – analistas, empregados, entre outros (RIAHI-BELKAOUI; KARPIK, 1988; RIAHI-BELKAOUI, 2004).

Apesar de seu apelo intuitivo e dos resultados de pesquisas que corroboraram a ideia de que empresas mais internacionalizadas possuem melhores práticas de *disclosure*, estudo feito por Milani Filho (2008) não confirma essa tendência, no que diz respeito às informações sociais. Neste estudo, o autor constatou, em uma amostra de 30 empresas brasileiras, que naquelas consideradas mais internacionalizadas houve um menor nível de evidenciação social na vertente das ações empreendidas na comunidade quando comparado às empresas consideradas menos internacionalizadas. A justificativa para tal resultado, segundo o autor, está atrelada ao fato de que tais informações, por retratarem ações pontuais e locais, não seriam de interesse para investidor externo. O resultado dessa pesquisa contraria, portanto, os achados de estudos anteriores (MURCIA; SANTOS, 2009; MURCIA; SOUZA, 2009).

Outro processo que impulsiona as empresas a reverem suas práticas internas, inclusive de evidenciação, é a decisão pela participação em fundos socialmente responsáveis, uma vez que há uma percepção de que ao alcançar a listagem em fundos dessa natureza, poderão dar maior credibilidade às suas ações e, por consequência, obter capitais a custos menores (SILVA; QUELHAS, 2006; MURCIA; SOUZA, 2009).

De modo semelhante, organizações que contratam empresas de auditoria classificadas entre as quatro maiores (*Big Four*)ⁱⁱ buscam ter a visibilidade dessas empresas em seus relatórios como forma de transmitir maior confiabilidade de suas informações, e as empresas de auditoria, em contrapartida, também cobram de seus clientes informações de maior amplitude, abrangendo as informações de natureza social (MURCIA; SOUZA, 2009).

Nos achados de Simnett, Vanstraelen e Chua (2009) a combinação de setor e empresas domiciliadas em países com orientação voltada para os *stakeholders*, faz com que haja uma maior busca pela asseguaração dos relatórios de sustentabilidade.

Muito embora no Brasil os relatórios sociais ou de sustentabilidade, normalmente, não passem por um processo de asseguaração por terceiros, tampouco, há obrigatoriedade para isso, o fato do relatório passar pela revisão por uma das quatro maiores empresas de auditoria poderá, ainda que de forma indireta, melhorar as práticas de evidenciação quanto aos programas sociais, bem como transmitir maior confiabilidade nas informações prestadas.

Porém, seja em decorrência de maior promoção ou legitimidade diante da sociedade, a alocação de recursos em programas sociais deve estar respaldada por análises que vão desde a confiabilidade da entidade gestora do projeto até a eficiência no uso dos recursos, bem como os resultados que devem ser alcançados. Desse modo, a prestação de contas bem como a avaliação da qualidade dessa ação tornam-se requisitos, se não fundamentais, altamente desejáveis para que não ocorram situações de maximização de utilidades pessoais ou ainda alocação de recursos em projetos não atrativos.

Em resumo, a avaliação da informação social prestada pelas organizações pode ser uma importante ferramenta para a identificação e análise do comportamento do gestor acerca dos cuidados que este vem realizando para o uso apropriado dos recursos empresariais, sob pena do aumento dos custos de agência ou de capital (RIHI-BELKAOUI, 2004).

3 PERCURSO METODOLÓGICO

A pesquisa realizada neste estudo é de natureza qualitativa, valendo-se da análise de conteúdo como técnica de análise de dados (BARDIN, 1977). Para a análise da evidenciação social foram definidos 13 itens sustentados em Ramanathan (1976), Haydel (1989) e Hammond e Miles (2004), formando um índice que foi objeto de validação em estudo realizado por Gonçalves (2011). Os itens são categorizados por níveis, aqui denominados de ruim – menor nível de divulgação, baixo, médio e alto – maior nível de divulgação.

A unidade de análise utilizada na categorização trata do detalhamento dos critérios para a realização ou promoção dos programas sociais. De forma sintética, tem-se: a) ruim – quando a informação não é divulgada; b) baixo – quando a informação é divulgada de forma

não específica, seja a área de atuação ou o programa social; c) médio – quando a informação é divulgada por área de atuação; e d) alto – quando a informação é divulgada por programa social.

O objeto de análise são os relatórios de responsabilidade social no período de 2005 a 2009, das empresas brasileiras de capital aberto de maior liquidez na Bolsa BM&FBovespa, conforme indicador – liquidez em bolsa – disponível pelo sistema Economática®. A escolha das ações com maior liquidez passa pela necessidade de delimitação da amostra bem como a análise de empresas com maior representatividade no mercado financeiro. Outro critério trata da disponibilização dos relatórios sociais e o exercício social em dezembro. Com base nesses critérios foram analisadas 81 empresas no período de 2005 a 2007 e 83 empresas em 2008 e 2009.

Para a realização da análise, as empresas foram classificadas considerando os seguintes aspectos: a) se auditadas ou não pelas quatro maiores empresas de auditoria (*Big Four*); b) se listadas ou não em fundos socialmente responsáveis; c) se listadas ou não em bolsas de valores no exterior; d) se são consideradas ou não empresas de alto impacto ambiental (mineração, petrolífero e gás, químico, construção e fabricação de materiais, papel e celulose, metais, eletricidade, distribuição de gás e água) (RICHARDSON; WELKER, 2001; BRANCO; RODRIGUES, 2008); e e) pelo tamanho, considerando a mediana da amostra quanto a receita operacional, sendo classificadas como maiores aquelas que obtiveram uma receita operacional acima da mediana da amostra ou menores para as demais. Os dados da pesquisa foram coletados no período de agosto a dezembro de 2010.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Para a realização da análise qualitativa, foi elaborada a classificação dos itens por nível de evidenciação (ruim, baixo, médio e alto) considerando o resultado total encontrado no período de 2005 a 2009, divididos em quartis, conforme o quadro 1. Vale destacar que a classificação do nível de evidenciação social possui uma pontuação entre 13 pontos (todos os resultados ruins) a 52 pontos (todos os resultados altos).

Quartis	Pontuação	Nível de Disclosure
Primeiro	até 24 pontos	Ruim
Segundo	de 25 a 30 pontos	Baixo
Terceiro	de 31 a 36 pontos	Médio
Quarto	acima de 37 pontos	Alto

Quadro 1 – Quartis do nível de evidenciação social – total

Para que fosse possível uma análise e classificação individualizada, a pontuação obtida em cada quartil foi dividida por 13, que equivale o total de itens avaliados, conforme o quadro 2.

Quartis	Pontuação	Nível de Disclosure
Primeiro	até 1,85 pontos	Ruim
Segundo	de 1,86 a 2,31 pontos	Baixo
Terceiro	de 2,32 a 2,77 pontos	Médio
Quarto	acima de 2,78 pontos	Alto

Quadro 2 – Quartis do nível de evidenciação social – individual

Considerando a classificação obtida individualmente, foi realizada a análise dos itens a partir dos aspectos apresentados no item 3.

4.1 Análise da dimensão – informações passadas

A dimensão – informações passadas – traz consigo informações que possuem um aspecto relacionado a eventos passados e é composta por 8 itens sendo destes 2 itens com

direcionador avaliação (aspectos qualitativos da informação), 5 itens com direcionador mensuração (aspectos quantitativos da informação) e 1 item com o direcionador padrão de relatórios.

O primeiro item – relação dos programas sociais com os valores da empresa – tem por objetivo avaliar os motivos que levaram a empresa a apoiar os programas sociais, como forma de encontrar justificativas de escolha entre um programa social em detrimento de outros. Os resultados são demonstrados no quadro 3.

Segmento de Análise	Nível de Evidenciação Social					
	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Empresa de Auditoria						
Auditadas por não <i>Big Four</i>	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio
Auditadas por <i>Big Four</i>	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Fundos Socialmente Responsáveis						
Empresas não Listadas	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio
Empresas Listadas	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Listagem em Bolsa de Valores						
Somente BM&FBOVESPA	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio
Listadas em Bolsas Internacionais	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Sector						
Impacto Ambiental – não sensíveis	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio
Impacto Ambiental – sensíveis	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Tamanho						
Menores	Baixo	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio
Maiores	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

Quadro 3 – Resultados do nível de evidenciação social do período de 2005 a 2009 – relação dos programas sociais com os valores da empresa

Com exceção do ano de 2005 para as empresas menores cujo resultado é baixo, para todos os demais anos e segmentos, o resultado encontrado é *médio* (auditadas por não *Big Four*, empresas não listadas, somente BM&FBOVESPA, não sensíveis e menores) e *alto* para – auditadas por *Big Four*, empresas listadas, listadas em bolsas internacionais, sensíveis e maiores.

De um modo geral o que se constata é uma tendência das empresas em justificarem os motivos de sua atuação social, como forma de reduzir a incerteza do usuário externo por suas escolhas.

É nesse sentido que Baron (2001), Porter e Kramer (2002), Saiia, Carrol, Buchholtz (2003) e Heal (2004) comentam acerca da necessidade da promoção da programas sociais como forma de atenuar o impacto negativo causado pela atividade operacional, fazendo parte de um conjunto de ações que guardam relação entre o que a empresa acredita (valores) e o que ela busca promover por meio dos referidos programas na comunidade.

Apesar de ser um item importante, há informações que carecem de melhores esclarecimentos neste tópico como, por exemplo, o trecho extraído do relatório de responsabilidade social da Forjas Taurus, que ao buscar esclarecer os motivos pelos quais apoia programas sociais comenta: “somos parceiros nos projetos que envolvem o desenvolvimento de ações responsáveis, apoiando instituições e associações que desenvolvem projetos na área” (FORJAS TAURUS, 2005, p.21).

O conteúdo apresentado pela Forjas Taurus no ano de 2005 demonstra que a empresa apóia programas sociais realizados por outras instituições, sem contudo, justificar o porque da escolha das instituições apoiadas, sem demonstrar os valores por ela defendidos, tampouco o porque das áreas e dos projetos que busca realizar para que tais valores se materialize em suas ações.

Por outro lado, a Alpargatas chega a comentar e justificar as áreas de atuação bem como os programas sociais realizados, conforme transcrito a seguir:

O talento da Alpargatas também ajuda a criar um futuro melhor para milhares de crianças. Com a missão de melhorar, por meio do esporte, qualidade da educação de crianças e adolescentes de 7 a 17 anos nas comunidades em que a Empresa opera, o Instituto Alpargatas atua em três frentes: Educação por meio do Esporte, Voluntariado Corporativo e Doações. [...] Ação Escola, em que a prática esportiva qualificada é adotada como instrumento metodológico para a melhoria da educação durante o período escolar (ALPARGATAS, 2006, p.56) [grifo nosso]

Como pode-se notar nas informações extraídas do relatório de responsabilidade social do ano de 2006 da empresa Alpargatas, há uma relação entre o que ela tem por missão realizar e seus programas sociais, sendo estes utilizados como forma de melhorar sua imagem nas comunidades em que opera, o que por sua vez, espera-se que traga uma diminuição no risco reputacional, o que contribuiria para a diminuição do custo de captação de recursos (RICHARDSON; WELKER; HUTCHINSON, 1999; BARON, 2001; ORLITZKY; BENJAMIN, 2001; HEAL, 2004; McWILLIAMS; SIEGEL; WRIGHT, 2006; UDAYASANKAR, 2007).

O segundo item – avaliação das necessidades locais para a realização dos programas sociais – tem por objetivo avaliar se os programas sociais realizados ou apoiados pelas organizações realmente são dotados de demandas locais e ainda possibilita sua confrontação com os valores que esta preserva para a realização dos mesmos. Os resultados estão demonstrados no quadro 4.

Segmento de Análise	Nível de Evidenciação Social					
Empresa de Auditoria	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Auditadas por não <i>Big Four</i>	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Auditadas por <i>Big Four</i>	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo
Fundos Socialmente Responsáveis						
Empresas não Listadas	Ruim	Baixo	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Empresas Listadas	Baixo	Baixo	Médio	Médio	Médio	Médio
Listagem em Bolsa de Valores						
Somente BM&FBOVESPA	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Listadas em Bolsas Internacionais	Médio	Médio	Médio	Baixo	Baixo	Baixo
Sector						
Impacto Ambiental – não sensíveis	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Impacto Ambiental – sensíveis	Baixo	Baixo	Médio	Baixo	Baixo	Baixo
Tamanho						
Menores	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Maiores	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo

Quadro 4 – Resultados do nível de evidenciação social do período de 2005 a 2009 – avaliação das necessidades locais para a realização dos programas sociais

Os resultados apontam uma melhor tendência de evidenciação por parte das empresas listadas em fundos socialmente responsáveis uma vez que há uma predominância de resultados médios (anos – 2007, 2008 e 2009) bem como o resultado final é assim considerado (resultado total = médio).

Essa tendência demonstra que as empresas ao buscarem a inclusão em fundos socialmente responsáveis precisam rever suas práticas de evidenciação, inclusive quanto aos aspectos sociais, sendo essa variável (empresas listadas em fundos socialmente responsáveis) aparentemente mais relevante, inclusive, do que a listagem ou não em bolsas internacionais, cujo resultado para esse item foi igual a *baixo* em seu resultado total.

Além disso, verifica-se que a quantidade de empresas listadas em fundos socialmente responsáveis aumentou mais que 45% entre 2005 e 2009, passando de 19 empresas para 28 empresas. Isso demonstra que há uma expectativa de uma repercussão positiva ao serem listadas em tais fundos.

O resultado dessa repercussão foi constatado por Silva e Quelhas (2006) para uma amostra de empresas brasileiras, no qual constataram que estas, ao aderirem a padrões de sustentabilidade, tiveram uma diminuição do risco corporativo que foi medido pelo beta, ocasionando uma diminuição do custo de capital próprio.

Em razão dessa tendência pode-se observar que as empresas ao buscarem a listagem nos referidos fundos visam uma melhoria em suas práticas de *disclosure*, como é o caso da Usiminas, que alcançou a listagem no Índice Dow Jones Global de Sustentabilidade no ano de 2007.

Apesar de ter alcançado a listagem somente em 2007 verifica-se que, pelo menos, desde 2005 há uma busca pela melhoria na qualidade da evidenciação social, e mais especificamente quanto à avaliação das necessidades locais. A exemplo disso, a empresa

realiza reuniões mensais com líderes comunitários, representantes dos poderes municipais, instituições de ensino, entidades classistas e organizações não-governamentais, quando as expectativas da comunidade são metodicamente identificadas. Um grupo multi-disciplinar da COSIPA analisa essas e outras expectativas, planejando, implantando ou dando encaminhamento a projetos sociais e relativos ao meio ambiente (USIMINAS, 2005, p.94).

Além disso a empresa, ao identificar as demandas locais, busca conciliá-los com os programas sociais existentes como forma de atender as necessidades da comunidade e ainda otimizar seus recursos por meio de sua atuação local. É neste aspecto que Porter e Kraemer (2002) comentam acerca da necessidade da identificação e avaliação das necessidades locais como forma de produzir um maior e melhor impacto das ações sociais.

O terceiro item – descrição de objetivos e metas para os programas sociais – identifica como os programas sociais uma vez definidos são planejados sob o aspecto da tradução de objetivos e metas quantitativas que devem ser perseguidas. Os resultados estão demonstrados no quadro 5.

Segmento de Análise	Nível de Evidenciação Social					
Empresa de Auditoria	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Auditadas por não <i>Big Four</i>	Ruim	Baixo	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Auditadas por <i>Big Four</i>	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo
Fundos Socialmente Responsáveis						
Empresas não Listadas	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Empresas Listadas	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio
Listagem em Bolsa de Valores						
Somente BM&FBOVESPA	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Listadas em Bolsas Internacionais	Médio	Baixo	Médio	Médio	Médio	Médio
Setor						
Impacto Ambiental – não sensíveis	Baixo	Ruim	Ruim	Baixo	Baixo	Baixo
Impacto Ambiental – sensíveis	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo
Tamanho						
Menores	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Maiores	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio

Quadro 5 – Resultados do nível de evidenciação social do período de 2005 a 2009 – descrição de objetivos e metas para os programas sociais

De um modo geral, não é possível extrair uma tendência de evidenciação para os grupos uma vez que, para os segmentos – auditadas por não Big Four; empresas não listadas em fundos socialmente responsáveis; listadas somente na BM&FBOVESPA; impacto ambiental – não sensíveis e tamanho – menores – estas tendem a não evidenciar os objetivos pelos quais realizam ou apóiam programas sociais externos.

Esse comportamento por parte das empresas é que pode gerar dúvidas acerca das

intenções do gestor em alocar recursos em programas sociais externos, dado que não informa ao usuário externo os objetivos pelos quais um determinado programa é realizado, tampouco, as metas pretendidas face às intenções declaradas no item – relação dos programas sociais com os valores da empresa – cuja tendência é de, ao menos, ter uma informação desses valores e os programas por área de atuação.

Nesse sentido é que Riordan (1984) e Zylbersztajn (2002) comentam que a realização de programas sociais abre espaço para a expropriação da riqueza do acionista, uma vez que os mesmos não encontram relação com as atividades organizacionais.

Para Ramanathan (1976) o esforço na busca de determinar as estratégias e práticas sociais, e ainda alinhá-las com os interesses tanto das organizações como dos desejos/aspirações da sociedade é um dos objetivos que a Contabilidade Social Corporativa deve exercer.

A despeito desse resultado, nos segmentos de empresas listadas em fundos socialmente responsáveis e em bolsas internacionais, bem como as de maior porte, há uma tendência média no nível de evidenciação social, o que representa que há pelo menos a preocupação na divulgação dos objetivos por cada programa social realizado ou apoiado.

No caso do Banco Bradesco, é evidenciado no ano de 2009 os objetivos e metas por programa social, comentando o que foi realizado e ainda as metas para o ano de 2010 (BANCO BRADESCO, 2009, p.55-57).

A apresentação das metas de cada programa social demonstra a maturidade e o envolvimento que a organização possui com a sua atuação, uma vez que torna público o seu compromisso e ainda permite, por conseguinte, a avaliação de sua atuação, à medida que é possível a análise do alcance ou não das referidas metas propostas, e ainda a confrontação destas com os recursos despendidos para a realização dos programas sociais.

O quarto item – recursos financeiros alocados nos programas sociais – identifica a quantia de recursos alocados, permitindo avaliar se o mesmo é divulgado por programa social, por área ou somente por seu valor total. Como se observa no quadro 6, há segmentos que apesar de realizarem ou apoiarem programas sociais sequer mencionam a quantia de recursos alocados (resultado = ruim) como é o caso nos anos de 2005 e 2006 para as empresas de tamanho menor e nos anos de 2008 e 2009 para as empresas auditadas por não *Big Four*.

Segmento de Análise	Nível de Evidenciação Social					
	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Empresa de Auditoria						
Auditadas por não <i>Big Four</i>	Baixo	Médio	Baixo	Ruim	Ruim	Baixo
Auditadas por <i>Big Four</i>	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio
Fundos Socialmente Responsáveis						
Empresas não Listadas	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo
Empresas Listadas	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Listagem em Bolsa de Valores						
Somente BM&FBOVESPA	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo
Listadas em Bolsas Internacionais	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Setor						
Impacto Ambiental – não sensíveis	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo
Impacto Ambiental – sensíveis	Médio	Alto	Médio	Alto	Alto	Médio
Tamanho						
Menores	Ruim	Ruim	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo
Maiores	Alto	Alto	Médio	Alto	Alto	Alto

Quadro 6 – Resultados do nível de evidenciação social do período de 2005 a 2009 – recursos financeiros alocados nos programas sociais

Esse cenário pode ser considerado como uma situação de ausência de prestação de contas, uma vez que há uma alocação de recursos em programas sociais externos, no entanto não há ao menos a menção da quantia alocada, podendo levar ao que Jensen e Meckling

(1976) denominam de problema de agência, corroborando inclusive ao que Carr e Outhwaite (2009) denominam de “corrupção nas práticas de responsabilidade social corporativa”.

Apesar de haver ausência de informação nesses anos para esses segmentos, essa não é uma tendência generalizada inclusive para os mesmos, uma vez que estes tiveram um resultado total equivalente a baixo, isto é, há informação da quantia total de recursos alocados, o que ainda é um nível de evidênciação pouco desejável.

De certa forma, esse comportamento vai ao encontro aos achados de Peliano *et al.* (2002, 2006) ao constatarem que as empresas brasileiras, apesar de buscarem realizar ações de responsabilidade social, estas por sua vez não contam com orçamento próprio, o que na realidade aponta para uma carência de planejamento, isto é, a alocação de recursos é feita de acordo com as demandas, o que aponta por conseguinte para uma ausência de profissionalização por parte das que apóiam ou realizam tais ações.

Sob esse aspecto, Porter e Kraemer (2002) afirmam que as organizações ao se proporem a realizar ou apoiar ações filantrópicas, devem efetuar uma avaliação quanto onde focar sua atuação bem como exercê-las ou realizá-las, para que haja uma eficaz alocação de recursos. Para tanto, presume-se planejamento quanto à definição de onde alocar os recursos, e ainda, como operacionalizar tais ações.

Ainda neste item pode-se destacar que os segmentos de empresas listadas em bolsas internacionais e em fundos socialmente responsáveis, apresentam um nível de evidênciação social alto para todo o período analisado. Esse resultado equivale ao fato das empresas deixarem claro os valores alocados para cada programa social, o que é um caminho desejável para todas as empresas que buscam realizar esse tipo de ação.

O quinto item – valor econômico e/ou financeiro dos recursos humanos envolvidos em programas sociais – identifica gastos, sejam eles econômicos (horas despendidas com voluntariado, por exemplo) ou financeiros para a realização ou apoio aos programas sociais. Cabe destacar que a avaliação deste item leva em consideração se a empresa declara inclusive que não apóia tal iniciativa, uma vez que o objetivo é ter conhecimento de gastos adicionais às contribuições realizadas de forma direta. Os resultados são apresentados no quadro 7.

Segmento de Análise	Nível de Evidênciação Social					
	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Empresa de Auditoria						
Auditadas por não <i>Big Four</i>	Ruim	Ruim	Baixo	Ruim	Ruim	Ruim
Auditadas por <i>Big Four</i>	Baixo	Ruim	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo
Fundos Socialmente Responsáveis						
Empresas não Listadas	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Empresas Listadas	Ruim	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo
Listagem em Bolsa de Valores						
Somente BM&FBOVESPA	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Listadas em Bolsas Internacionais	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo
Setor						
Impacto Ambiental – não sensíveis	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Impacto Ambiental – sensíveis	Ruim	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo
Tamanho						
Menores	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Maiores	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo

Quadro 7 – Resultados do nível de evidênciação social do período de 2005 a 2009 – valor econômico e/ou financeiro dos recursos humanos envolvidos em programas sociais

Observa-se uma tendência de evidênciação entre ruim (ausência da informação avaliada) e baixo, onde a informação avaliada prestada sinaliza que há o apoio a iniciativas de voluntariado, no entanto, não menciona os valores alocados e tampouco para quais áreas ou programas tal apoio foi realizado.

De certa forma, a informação acerca dos recursos humanos envolvidos em programas

sociais ou voluntariado é encontrada predominantemente no Balanço Social, no qual as empresas demonstram que apoiam tais iniciativas, contudo não é possível inferir como se dá esse apoio, deixando o usuário externo sem uma conclusão acerca da atuação empresarial nesta temática.

A informação acerca de como se dá o apoio organizacional aos programas de voluntariado é importante à medida que demonstra o envolvimento interno para com as ações realizadas e ainda esclarece ao usuário externo quanto aos gastos adicionais com os programas sociais, que em princípio é divulgado em horas de trabalho dos colaboradores, que, também, possuem repercussão no resultado econômico da empresa.

A exemplo disso, a CPFL ENERGIA comenta como realiza seu programa de voluntariado, as áreas de atuação, valor gasto e ainda metas para o ano subsequente.

Programa Corporativo implantado em 2005 na CPFL Energia, reúne mais de 2.000 colaboradores, que desenvolvem ações voluntárias – educacionais, culturais e sociais – nas comunidades da área de atuação das empresas do grupo. Principais realizações em 2006 [...]. Em 2006, a CPFL investiu R\$ 150.000,00 no Programa. Metas para 2007: Implantação de Comitês de Voluntários nas Regionais [...]. (CPFL ENERGIA, 2006, p.136-137)

No relato da CPFL é possível identificar o comprometimento da empresa por meio de seus colaboradores ao mencionar metas para o ano de 2007, além da possibilidade de mensurar a repercussão de tal iniciativa no resultado do exercício de 2006. Essa informação complementa o item que menciona o gasto direto por meio de contribuições e doações.

O sexto item - valor econômico e/ou financeiro dos recursos materiais destinados aos programas sociais - tem um objetivo muito semelhante ao anterior, pois identifica as contribuições indiretas realizadas por doações de materiais ou ainda os gastos internos para a promoção de campanhas dessa natureza. Os resultados são demonstrados no quadro 8.

Segmento de análise	Nível de Evidenciação Social					
	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Empresa de Auditoria						
Auditadas por não <i>Big Four</i>	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Auditadas por <i>Big Four</i>	Ruim	Ruim	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo
Fundos Socialmente Responsáveis						
Empresas não Listadas	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Empresas Listadas	Ruim	Baixo	Médio	Baixo	Baixo	Baixo
Listagem em Bolsa de Valores						
Somente BM&FBOVESPA	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Listadas em Bolsas Internacionais	Baixo	Baixo	Médio	Baixo	Baixo	Baixo
Setor						
Impacto Ambiental – não sensíveis	Ruim	Ruim	Baixo	Ruim	Ruim	Ruim
Impacto Ambiental – sensíveis	Ruim	Baixo	Baixo	Ruim	Ruim	Baixo
Tamanho						
Menores	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Maiores	Baixo	Baixo	Médio	Baixo	Baixo	Baixo

Quadro 8 – Resultados do nível de evidenciação social do período de 2005 a 2009 – valor econômico e/ou financeiro dos recursos materiais destinados aos programas sociais

Os resultados acerca da alocação de recursos materiais em programas sociais são semelhantes ao item relativo ao voluntariado, com uma tendência que varia entre ruim (ausência da informação) e baixo – informação que menciona que há doações de recursos materiais sem, contudo, mencionar o custo atribuído a estes ou ainda à organização para sua obtenção.

Apesar dessa tendência, a Klabin menciona em seu relatório de responsabilidade social no ano de 2006 que realizou a doação de recursos materiais (papel e outros materiais)

apresentando seu valor e as entidades às quais foram beneficiadas.

O conjunto dos itens – recursos financeiros alocados, recursos humanos e recursos materiais – permite ao usuário externo ter uma dimensão mais acurada dos gastos envolvidos na promoção dos programas sociais, o que por sua vez dá-lhe condições para estabelecer relações entre o total de recursos alocados, os objetivos e metas estabelecidas e os resultados sociais produzidos pela atuação social.

O sétimo item – resultados sociais obtidos nos programas sociais – identifica como a atuação das empresas se materializou em termos de resultados, considerando que os referidos programas buscam reduzir as externalidades geradas por sua atividade operacional e bem como o risco reputacional (MACHADO FILHO; ZYLBERSZTAJN, 2003). Os resultados são demonstrados no quadro 9.

Segmento de análise	Nível de Evidenciação Social					
	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Empresa de Auditoria						
Auditadas por não <i>Big Four</i>	Baixo	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio
Auditadas por <i>Big Four</i>	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Fundos Socialmente Responsáveis						
Empresas não Listadas	Médio	Médio	Médio	Médio	Baixo	Médio
Empresas Listadas	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Listagem em Bolsa de Valores						
Somente BM&FBOVESPA	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio
Listadas em Bolsas Internacionais	Alto	Alto	Médio	Alto	Alto	Alto
Sector						
Impacto Ambiental – não sensíveis	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio
Impacto Ambiental – sensíveis	Alto	Alto	Médio	Alto	Alto	Alto
Tamanho						
Menores	Baixo	Baixo	Baixo	Médio	Médio	Baixo
Maiores	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

Quadro 9 – Resultados do nível de evidenciação social do período de 2005 a 2009 – resultados sociais obtidos nos programas sociais

Os resultados apontam uma tendência cujo nível de evidenciação social encontra-se entre médio (os resultados sociais são divulgados por área de atuação) e alto, no qual tais resultados sociais são divulgados por programa social patrocinado.

De certa forma essa tendência é esperada à medida que essa informação de maneira isolada tende a repercutir positivamente, uma vez que se trata de resultados de sua atuação social. Entretanto, o resultado social de forma isolada não permite ao usuário externo avaliar o sucesso da atuação organizacional na comunidade, uma vez que por si só não representa uma adequada alocação dos recursos alocados pelos investidores.

Vale ressaltar que, para os segmentos das empresas – auditadas por não Big Four, não listadas em fundos socialmente responsáveis, listadas somente na BM&FBOVESPA e menores – tiveram um nível de evidenciação considerado como ruim no item – descrição dos objetivos e metas para os programas sociais, o que não permite realizar relação entre o que esta esperava de sua atuação social ao apresentar seus resultados.

É nesse sentido que Machado Filho e Zylbersztajn (2003) comentam acerca da ausência de estruturas, sejam elas formais ou informais que dêem uma adequada sustentação para a implementação dos programas sociais, bem como de seu monitoramento, afinal, não há como ter monitoramento de uma ação sem o estabelecimento de objetivos e metas a serem alcançados.

Peliano *et al.* (2002, 2006) corroboram os resultados encontrados por Machado Filho e Zylbersztajn (2003) ao identificarem que grande parte das empresas brasileiras não possuíam qualquer sistema que permitisse avaliar o impacto de suas ações sociais.

Apesar dessa tendência para as empresas desses segmentos, aquelas listadas em bolsas

internacionais e em fundos socialmente responsáveis, bem como aquelas de maior porte, possuem a evidenciação dos objetivos (resultado = médio) para os programas sociais e posteriormente divulgam os resultados quantitativos que estão atrelados a esses objetivos. No relato da Petrobrás é mencionada a existência de indicadores como forma de acompanhamento dos resultados dos programas sociais.

O acompanhamento do desenvolvimento dos projetos apoiados é realizado por meio de um conjunto de indicadores e metas de desempenho que tornam possível monitorar e avaliar de forma integrada os resultados [...] Os resultados dos projetos são acompanhados em termos físicos e financeiros por meio de ferramentas padronizadas como o Relatório Trimestral de Acompanhamento [...] Além disso, são realizadas visitas técnicas presenciais, contatos telefônicos e o acompanhamento do Indicador de Resultados do Investimento Social (Iris). (PETROBRAS, 2008, p. 41-42).

Como apresentado pela Petrobrás no ano de 2008, nota-se que há uma preocupação na avaliação dos resultados como forma de acompanhamento dos programas sociais a partir dos objetivos e metas anteriormente estabelecidos.

Ainda assim, espera-se para uma melhor avaliação que as empresas divulguem as metas de forma quantitativa para os programas sociais, uma vez que há como o usuário externo fazer uma análise melhor acerca do sucesso do empreendimento realizado bem como dos recursos alocados, o que contribui para uma melhor prestação de contas entre empresa e demais usuários, principalmente os investidores.

Ao divulgar essas informações acredita-se que a empresa e o gestor cumpram ao menos em parte o que Riahi-Belkaoui (2004) comenta acerca da salvaguarda dos ativos por meio de uma atuação gerencial responsável na salvaguarda do bem-estar social.

Para finalizar a dimensão – informações passadas – tem-se o item – distribuição do valor adicionado – que possui importância à medida que informa a riqueza gerada pela organização sob o aspecto econômico de sua atividade operacional, possui um padrão de divulgação (demonstração do valor adicionado) e ainda é passível de verificabilidade por terceiros (HAMMOND; MILES, 2004). Os resultados são demonstrados no quadro 10.

Observa-se que a partir da exigência imposta pela Lei nº 11.638/2007 da elaboração da demonstração do valor adicionado, bem como sua verificabilidade por meio de auditoria, há um nível de evidenciação considerado alto em todos os segmentos a partir de 2008. Isso equivale que as empresas divulgaram a distribuição do valor adicionado, bem como tal informação foi auditada.

Segmento de Análise	Nível de Evidenciação Social					
Empresa de Auditoria	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Auditadas por não <i>Big Four</i>	Médio	Médio	Médio	Alto	Alto	Alto
Auditadas por <i>Big Four</i>	Médio	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Fundos Socialmente Responsáveis						
Empresas não Listadas	Médio	Médio	Alto	Alto	Alto	Alto
Empresas Listadas	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Listagem em Bolsa de Valores						
Somente BM&FBOVESPA	Médio	Médio	Alto	Alto	Alto	Alto
Listadas em Bolsas Internacionais	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Setor						
Impacto Ambiental – não sensíveis	Médio	Médio	Alto	Alto	Alto	Alto
Impacto Ambiental – sensíveis	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Tamanho						
Menores	Baixo	Médio	Médio	Alto	Alto	Alto
Maiores	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

Quadro 10 – Resultados do nível de evidenciação social do período de 2005 a 2009 – distribuição do valor adicionado

Dentre as informações sociais incluídas no índice de evidenciação social, o valor adicionado é o único item passível de verificação por terceiros, e por isso de sua importância no conjunto de informações, haja vista que esta verificação agrega confiabilidade ao usuário externo (HAMMOND; MILES, 2004).

4.2 Análise da dimensão – prospecções de ações futuras

A dimensão – prospecções de ações futuras – é composta por 3 itens sendo destes 2 itens com direcionador avaliação (aspectos qualitativos da informação) e 1 item com direcionador mensuração (aspectos quantitativos da informação).

O primeiro item dessa dimensão é a descrição de aspectos para melhoria dos resultados sociais obtidos nos programas sociais, cujo objetivo é identificar como as empresas avaliam os resultados alcançados e o tratamento dado a estes considerando os objetivos e metas previamente estabelecidos.

É nesse aspecto que Porter e Kraemer (2002) comentam sobre a necessidade do acompanhamento e avaliação dos resultados como etapa necessária à melhoria do que eles denominam de estratégia filantrópica, sobretudo, quanto à sua implementação. Essa etapa está relacionada ao monitoramento e controle para que ações corretivas sejam implementadas. Os resultados são demonstrados no quadro 11.

Ao comentar suas fragilidades e apontar soluções alternativas como forma de corrigir ações futuras, demonstra neutralidade e imparcialidade na prestação de contas, entretanto, não é uma tendência observada nas empresas avaliadas, dado que o resultado para o nível de evidenciação social é considerado como ruim para todos os segmentos. Para Hammond e Miles (2004) é nesse momento em que são realizadas revisões acerca dos processos internos, seus indicadores e objetivos, a fim de que sejam avaliados se os programas sociais estão alinhados aos propósitos para os quais foram criados ou apoiados.

Na Eletropaulo, por exemplo, como forma de revisar seus procedimentos internos quanto à atuação social, a mesma realizou uma pesquisa, como forma de aferir como deveria realizar sua atuação para o ano de 2009.

De acordo com a pesquisa, entre os pontos de melhoria estão o reforço dos temas sobre uso seguro e adequado da energia elétrica, assim como o aumento de oficinas e cursos profissionalizantes voltados para os adultos e com foco na geração de renda. Esses e outros pontos de melhoria serão trabalhados ao longo de 2009. (ELETROPAULO, 2008, p.75)

Segmento de análise	Nível de Evidenciação Social					
	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Empresa de Auditoria						
Auditadas por não <i>Big Four</i>	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Auditadas por <i>Big Four</i>	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Fundos Socialmente Responsáveis						
Empresas não Listadas	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Empresas Listadas	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Listagem em Bolsa de Valores						
Somente BM&FBOVESPA	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Listadas em Bolsas Internacionais	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Setor						
Impacto Ambiental – não sensíveis	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Impacto Ambiental – sensíveis	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Tamanho						
Menores	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Maiores	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim

Quadro 11 – Resultados do nível de evidenciação social do período de 2005 a 2009 – descrição de aspectos para melhoria dos resultados sociais obtidos nos programas sociais

Ao definir os pontos que necessitam de maior atenção e melhorias, a empresa passa a definir prioridades, realiza uma revisão em seus objetivos e metas, e como consequência poderá atender de uma forma mais adequada às expectativas e demandas da comunidade, contribuindo desse modo para uma melhoria em sua imagem institucional.

O segundo item dessa dimensão é a descrição dos programas sociais futuros e em andamento, cujo objetivo é identificar as ações que serão realizadas pelas empresas. Os resultados são demonstrados no quadro 12.

Segmento de Análise	Nível de Evidenciação Social					
	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Empresa de Auditoria						
Auditadas por não <i>Big Four</i>	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Auditadas por <i>Big Four</i>	Baixo	Ruim	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo
Fundos Socialmente Responsáveis						
Empresas não Listadas	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Empresas Listadas	Baixo	Baixo	Médio	Médio	Médio	Médio
Listagem em Bolsa de Valores						
Somente BM&FBOVESPA	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Listadas em Bolsas Internacionais	Médio	Baixo	Médio	Médio	Médio	Médio
Sector						
Impacto Ambiental – não sensíveis	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Impacto Ambiental – sensíveis	Ruim	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo	Baixo
Tamanho						
Menores	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Maiores	Baixo	Baixo	Médio	Baixo	Baixo	Baixo

Quadro 12 – Resultados do nível de evidenciação social do período de 2005 a 2009 – descrição dos programas sociais futuros e em andamento

Confirmando a tendência dos itens anteriores, as empresas listadas em bolsas internacionais e em fundos socialmente responsáveis, possuem um melhor nível de evidenciação social (resultado = médio) quando comparado com os demais. Esse resultado aponta ao menos que essas empresas buscam evidenciar as áreas que terão apoio quanto à continuidade ou novas ações para o atendimento das demandas da comunidade.

O Banco Bradesco no relatório de 2009, por exemplo, ao descrever as ações realizadas na área de educação, reforça o objetivo pelo qual irá continuar realizando o referido programa, bem como estabelece o que realizará no ano de 2010, como forma de dar cumprimento ao objetivo estabelecido, conforme transcrito a seguir.

Tornar as escolas da Fundação Bradesco um pólo de referência e de multiplicação nas suas comunidades [...] Ampliar o atendimento da Fundação Bradesco em Educação Infantil, favorecendo mais de 2 mil crianças, e dobrar o atendimento do Programa Educa+Ação (BRADESCO, 2009, p.7)

Ao assumir esta posição a organização demonstra o comprometimento de sua ação social, reduzindo a incerteza das pessoas atingidas por ele, e ainda maturidade, uma vez que tal posicionamento é reflexo de pelo menos outros dois pontos – avaliação das necessidades locais e descrição de aspectos para melhoria dos resultados sociais obtidos nos programas sociais.

O terceiro item dessa dimensão é a projeção do fluxo de caixa futuro da alocação de recursos em programas sociais, cujo objetivo é identificar o valor financeiro destinado às ações que serão realizadas pelas empresas. Os resultados são demonstrados no quadro 13.

Como observado, há uma tendência das empresas não divulgarem o valor a ser alocado em suas ações de responsabilidade social futura, o que por sua vez pode provocar uma incerteza quanto à expectativa da continuidade ou não dos programas sociais. Esse resultado corrobora com os achados de Peliano *et. al.* (2002, 2006) e Machado Filho e Zylbersztajn (2003).

Segmento de Análise	Nível de Evidenciação Social					
	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Empresa de Auditoria						
Auditadas por não <i>Big Four</i>	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Auditadas por <i>Big Four</i>	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Fundos Socialmente Responsáveis						
Empresas não Listadas	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Empresas Listadas	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Listagem em Bolsa de Valores						
Somente BM&FBOVESPA	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Listadas em Bolsas Internacionais	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Setor						
Impacto Ambiental – não sensíveis	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Impacto Ambiental – sensíveis	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Tamanho						
Menores	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim
Maiores	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim	Ruim

Quadro 13 – Resultados do nível de evidenciação social do período de 2005 a 2009 – projeção do fluxo de caixa futuro da alocação de recursos em programas sociais

Sobre esse aspecto Ramanathan (1976) afirma que a informação social deve permitir ao usuário identificar a responsabilidade pública que as organizações possuem para com os seus *stakeholders* e ainda contribuir para que os mesmos tenham conhecimento acerca das decisões e escolhas quanto aos programas sociais bem como quanto a alocações dos recursos.

A Usiminas, por exemplo, comenta em seu relatório anual no ano de 2009 o orçamento destinado para 2010 e 2011 aos programas sociais apoiados, contarão com um recurso na quantia total de R\$ 21.444.400,00 e R\$ 9.952.200,00, respectivamente. Nesse sentido, a informação acerca dos valores destinados a programas sociais futuros cumprem um importante papel à medida que permite a avaliação inclusive da repercussão dessa decisão no resultado econômico futuro da empresa.

4.3 Análise da dimensão – acessibilidade

A dimensão acessibilidade traz consigo um aspecto relacionado ao modo em que a evidenciação social é divulgada para as partes interessadas. Composto por dois itens que estão atrelados ao direcionador *padrão de relatórios* que busca identificar como a informação é disponibilizada e com que frequência é realizada.

O primeiro item dessa dimensão é a disponibilidade dos relatórios de responsabilidade social, cujo objetivo é identificar os meios pelos quais os relatórios são alcançados pelos usuários externos. Os resultados são demonstrados no quadro 14.

Segmento de Análise	Nível de Evidenciação Social					
	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Empresa de Auditoria						
Auditadas por não <i>Big Four</i>	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Auditadas por <i>Big Four</i>	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Fundos Socialmente Responsáveis						
Empresas não Listadas	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Empresas Listadas	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Listagem em Bolsa de Valores						
Somente BM&FBOVESPA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Listadas em Bolsas Internacionais	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Setor						
Impacto Ambiental – não sensíveis	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Impacto Ambiental – sensíveis	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Tamanho						
Menores	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Maiores	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

Quadro 14 – Resultados do nível de evidenciação social do período de 2005 a 2009 – disponibilidade dos relatórios de responsabilidade social

Nota-se uma tendência comum a todos os segmentos com um resultado *alto*. Isso significa que os relatórios de responsabilidade social encontram-se disponíveis no *site* das empresas como forma de dar amplo acesso às informações elaboradas acerca dos programas sociais. Essa tendência pode contribuir para que a mesma seja tempestiva para a avaliação do usuário externo, o que, por sua vez, agrega valor quando de sua tomada de decisão.

De forma a confirmar a tempestividade da informação, é importante que seja divulgada em intervalos e datas previamente estabelecidos. Nesse sentido o segundo item dessa dimensão – frequência da divulgação dos relatórios de responsabilidade social – tem por objetivo identificar se há por parte das empresas declaração do momento em que os relatórios serão ou foram disponibilizados. Os resultados são demonstrados no quadro 15.

Segmento de Análise	Nível de Evidenciação Social					
Empresa de Auditoria	2005	2006	2007	2008	2009	Total
Auditadas por não <i>Big Four</i>	Baixo	Médio	Médio	Médio	Alto	Médio
Auditadas por <i>Big Four</i>	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Fundos Socialmente Responsáveis						
Empresas não Listadas	Médio	Médio	Alto	Alto	Alto	Alto
Empresas Listadas	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Listagem em Bolsa de Valores						
Somente BM&FBOVESPA	Médio	Médio	Alto	Alto	Alto	Alto
Listadas em Bolsas Internacionais	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Sector						
Impacto Ambiental – não sensíveis	Médio	Médio	Alto	Alto	Alto	Alto
Impacto Ambiental – sensíveis	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
Tamanho						
Menores	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio	Médio
Maiores	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

Quadro 15 – Resultados do nível de evidenciação social do período de 2005 a 2009 – frequência da divulgação dos relatórios de responsabilidade social

Apesar de haver uma tendência alta para a maioria dos segmentos, destaca-se negativamente as empresas auditadas por não *Big Four* e as menores, com uma tendência média para este item. Essa tendência demonstra que, apesar de as empresas terem uma data previamente definida para que o relatório seja disponibilizado, o mesmo é observado somente em seu *site*, não havendo, portanto, qualquer documento oficial que garanta que os relatórios subsequentes serão disponibilizados na mesma data.

A declaração formal da organização da data da disponibilização dos relatórios, seja por meio de sua política de divulgação ou por meio de um calendário de eventos, é importante à medida que estabelece um compromisso desta para com os usuários externos, o que por sua vez têm conhecimento prévio do momento em que poderão realizar a análise de tais informações.

4.4 Análise do índice de evidenciação social total

Este item tem por objetivo analisar os resultados totais alcançados pelas empresas no conjunto do período de 2005 a 2009. Para isso, inicialmente foi identificada a quantidade de empresas por classificação de evidenciação social alcançada, como demonstrado no quadro 16.

Como se observa, há um movimento das empresas na busca da melhoria da evidenciação social, à medida que em 2005 tinha-se um total de 25 empresas cuja classificação foi considerada como *ruim*, diminuindo para 22 empresas nos anos de 2006 e 2007, para 20 empresas em 2008 e aumentando para 21 em 2009 – número ainda inferior se comparado com 2005.

Ano	Nível de evidenciação social por categoria				Total (% e Quant.)
	Ruim (% e Quant.)	Baixo (% e Quant.)	Médio (% e Quant.)	Alto (% e Quant.)	
2005	30,86% (25)	27,16% (22)	20,99% (17)	20,99% (17)	100% (81)
2006	27,16% (22)	19,75% (16)	32,10% (26)	20,99% (17)	100% (81)
2007	27,16% (22)	22,22% (18)	28,40% (23)	22,22% (18)	100% (81)
2008	24,10% (20)	21,69% (18)	30,12% (25)	24,10% (20)	100% (83)
2009	25,30% (21)	16,87% (14)	31,33% (26)	26,51% (22)	100% (83)

Quadro 16 – Evolução do nível de evidenciação social por categoria do período de 2005 a 2009

Já as empresas que alcançaram um nível de evidenciação social alto tiveram uma tendência inversa, uma vez que seu percentual passou de 20,99% em 2005, equivalente a 17 empresas, para 26,51% em 2009, equivalente a 22 empresas.

Considerando o conjunto de itens avaliados pelo índice de evidenciação social, pode-se inferir que a preocupação das empresas analisadas está em prestar informações que contribuam com a tomada de decisão do usuário externo, à medida que traz a este usuário informações quanto ao modo em que planeja e executa os programas sociais, bem como os avalia levando-se em conta seus objetivos e metas estabelecidos.

No que diz respeito ao perfil das empresas que têm uma maior preocupação com esse tipo de informação, pode-se inferir que são aquelas classificadas com um maior impacto ambiental (sensíveis), como se observa no quadro 17.

Das dez empresas com maior nível de evidenciação social seis (Petrobras, Usiminas, Suzano Papel, Coelce, Vale e Klabin) são classificadas como pertencentes ao setor de alto impacto ambiental. Ainda, desse total, se forem excluídas as empresas do setor financeiro (Bradesco e Banco do Brasil), a representatividade de empresas de alto impacto ambiental é ainda maior. A partir dessa tendência pode-se inferir que tais empresas buscam, por meio dos programas sociais, reduzir o impacto negativo causado por sua atividade operacional, corroborando entendimento de Baron (2001) e Heal (2004).

Ranking	Empresa	Nível de SD	Ranking	Empresa	Nível de SD
1°	Petrobras	46,8	74°	Cyrela Realty	21,2
2°	Bradesco	45,6	75°	Fras-Le	20,8
3°	Usiminas	40,8	76°	Unipar	20,4
	Suzano Papel	40,8		Renar	20,4
4°	Coelce	40,2	77°	Coteminas	20,2
5°	Vale	39,4	78°	Saraiva Livraria	20,0
	Natura	39,4	79°	Kepler Weber	18,2
6°	Telesp	39,0		Inepar	18,2
7°	Banco do Brasil	38,8	80°	Tectoy	17,6
8°	Klabin	37,8	81°	Bombril	14,2

Quadro 17 – Ranking por nível de evidenciação social médio total do período de 2005 a 2009

Contribuindo tal tendência, das dez empresas com menor nível de evidenciação social, sete são empresas não classificadas como de alto impacto ambiental (Bombril, Coteminas, Fras-le, Kepler Weber, Renar, Saraiva Livraria e Tectoy).

5 CONCLUSÕES

Com o objetivo de avaliar o nível de evidenciação social das empresas brasileiras de capital aberto quanto à prestação de contas dos projetos sociais externos, observou-se que a principal deficiência está relacionada às informações que devem tratar das ações futuras dos programas sociais.

Em todos os itens avaliados na dimensão – prospecções de ações futuras – em nenhum dos segmentos analisados foi obtido um resultado alto, demonstrando a necessidade em que estes devem ter no sentido de passar ao usuário informações acerca das ações futuras, contribuindo dessa forma na redução da incerteza e da assimetria.

Dentre os segmentos analisados, os que obtiveram maior nível de evidenciação social são as empresas listadas em bolsa de valores no exterior bem como aquelas listadas em fundos socialmente responsáveis, corroborando pesquisas anteriores (RICHARDSON; WELKER, 2001; CAMPBELL; MOORE; SHRIVES, 2006; CLARKSON, RICHARDSON; VASVARI, 2008; MURCIA; SANTOS, 2009).

Vale destacar que, apesar de tais relatórios não serem submetidos à asseguaração por empresas de auditoria, as empresas que se submeteram à avaliação das *Big Four* tiveram um maior nível de evidenciação quando comparadas às empresas que foram auditadas por empresas fora desse grupo. Esse resultado aponta para o fato de que ao se submeterem à avaliação pelas maiores empresas de auditoria, as organizações são impelidas a terem melhores práticas de evidenciação, incluindo àquelas relacionadas a evidenciação social.

Além disso, um aspecto positivo é o fato de que no período analisado há uma curva ascendente quanto ao nível de evidenciação social haja vista que as empresas consideradas com um nível de evidenciação social alto, passaram de 20,99% em 2005 (17 empresas) para 26,51% em 2009 (22 empresas).

Como sugestão para pesquisas futuras, tem-se a possibilidade de se avaliar se a origem do país controlador é um fator determinante para que as empresas passem a ter um maior nível de evidenciação social, ou ainda, ampliar o número de itens a serem submetidos à avaliação.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARON, David P. Private Politics, Corporate Social Responsibility, and Integrated Strategy. **Journal of Economics and Management Strategy**, v. 10, n. 1, Spring, 2001. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1430-9134.2001.00007.x>

BRANCO, Manuel Castelo; RODRIGUES, Lúcia Lima. Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. **Journal of Business Ethics**, v. 83, p.685-701, 2008. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-007-9658-z>

BROWN, William O.; HELLAND, Eric; SMITH, Janet Kiholm. Corporate Philanthropic Practices. **Journal of Corporate Finance**, v. 12, p.855-877, 2006.

CAMPBELL, David; MOORE, Geoff; SHRIVES, Philip. Cross-sectional Effects in Community Disclosure. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 19, n.1, p. 96-114, 2006. <http://dx.doi.org/10.1108/09513570610651966>

CARR, Indira M.; OUTHWAITE, Opi. **Investigating the Impact of Anti-Corruption Strategies on International Business: An Interim Report**. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=1410642>>. May 27, 2009. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1410642>

CLARKSON, Peter M.; LI, Yue; RICHARDSON, Gordon D.; VASVARI, Florin P. Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. **Accounting, Organizations and Society**, v. 33, n. 4-5, p. 303-327, 2008. <http://dx.doi.org/10.1016/j.aos.2007.05.003>

GONÇALVES, Rodrigo de Souza. **Social Disclosure e Custo de Capital Próprio em Empresas Brasileiras de Capital Aberto**. 2011. 165 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Economia, Administração e Ciências Contábeis e Atuariais, Universidade de Brasília, 2011.

GRAY, Rob; JAVAD, Mohammed; POWER, David M.; SINCLAIR, C. Donald. Social and Environmental Disclosure and Corporate Characteristics: A Research Note and Extension. **Journal of Business Finances & Accounting**, v. 28, n. 3-4, p.327-356, April/May, 2001. <http://dx.doi.org/10.1111/1468-5957.00376>

HAMMOND, Kim; MILES, Samantha. Assessing quality assessment of corporate social reporting: UK perspectives. **Accounting Forum**, v. 28, p. 61-79, 2004. <http://dx.doi.org/10.1016/j.accfor.2004.04.005>

HAYDEL, Belmont F. A Administração Estratégica de Programas de Responsabilidade Social em Empresas Multinacionais: Percepções da Alta Diretoria. **Revista de Administração de Empresas**, v. 29, n.3, p.5-29, jul./set., 1989.

HEAL, Geoffrey. Corporate Social Responsibility - An Economic and Financial Framework. Dec., 2004. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=642762>. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.642762>

HOLM, Claus; SCHOLER, Finn. Reduction of Asymmetric Information Through Corporate Governance Mechanisms – The Importance of Ownership Dispersion and Exposure toward the International Capital Market. **Corporate Governance: An International Review**, v. 18, n.1, p.32-47, jan., 2010. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-8683.2009.00777.x>

JENSEN, Robert. E.; CAMPFIELD, William L.; FRANK, Werner G.; LUOMA, Garay A.; MANES, Rene P.; OLIVER, Bruce L.; ONSI, Mohamed; FRANCIS, Mildred. Report of the Committee on Measures of Effectiveness for Social Programs. **The Accounting Review**, Supplement to Volume XLVII, v. 47, p. 337-396, 1972.

JENSEN, Michael C., MECKLING, William H. Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. **Journal of Financial Economics**, v. 3, n. 4, p. 305-360, October 1976. [http://dx.doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](http://dx.doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X).

MACHADO FILHO, Cláudio Antonio Pinheiro; ZYLBERSZTAJN, Décio. Responsabilidade Social Corporativa e a Criação de Valor para as Organizações. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. **Working Paper n.03/024**. 2003. Disponível em <<http://www.ead.fea.usp.br/wpapers>> Acesso em 31 mar. 2010.

McWILLIAMS, Abigail; SIEGEL, Donald S.; WRIGHT, Patrick M. Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. **Journal of Management Studies**, v. 43, n. 1, p. 1-18, January 2006. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00580.x>

MILANI FILHO, Marco Antonio Figueiredo. Responsabilidade Social e Investimento Social Privados: entre o discurso e a evidenciação. **Revista Contabilidade e Finanças**, v. 19, n. 47, maio/agosto, p.89-101, 2008. <http://dx.doi.org/10.1590/S1519-70772008000200008>

MURCIA, F. D. R.; SANTOS, Ariovaldo dos. Fatores Determinantes do Nível de Disclosure Voluntário das Companhias Abertas no Brasil. **REPeC – Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 3, n. 2, art.4, mai-ago, p.72-95, 2009..

MURCIA, Fernando Dal-Ri; SOUZA; Flávia Cruz de. Discretionary-Based Disclosure: The Case of Social and Environmental Reporting in Brazil. In: Congresso de Controladoria e Contabilidade, 9, 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA/USP, 2009.

ORLITZKY, Marc; BENJAMIN, John D. Corporate Social Performance and Firm Risk: A Meta-Analytic Review. **Business Society**, v. 40, n.4, p.369-396, 2001. <http://dx.doi.org/10.1177/000765030104000402>

PELIANO, Anna Maria T. Medeiros (coord.) *et al.* **A iniciativa privada e o espírito público: um retrato da ação social das empresas no Brasil**. Brasília: Ipea, 2002.

PELIANO, Anna Maria T. Medeiros (coord.) *et al.* **A iniciativa privada e o espírito público: a evolução da ação social das empresas privadas no Brasil**. Brasília: Ipea, 2006.

PORTER; Michael E.; KRAEMER, Mark R. The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy. **Harvard Business Review**, Dec, 2002.

RAMANATHAN, Kavasseri V. Toward a theory of corporate social accounting. **The Accounting Review**, Sarasota, v. 51, n. 3, p. 516-528, Jul. 1976.

RIAHI-BELKAOUI, Ahmed; KARPIK, Philip G. Determinants of the Corporate Decision to Disclosure Social Information. **Accounting, Auditing and Accountability Journal**, v. 2, n. 1, pp. 36-51, Dec, 1988. <http://dx.doi.org/10.1108/09513578910132240>

RIAHI-BELKAOUI, Ahmed. **Accounting Theory**. 5ª edition. London: Thomson Learning, 2004.

RICHARDSON, Alan J.; WELKER, Michael. Social Disclosure, Financial Disclosure and the Cost Capital of Equity Capital. **Accounting Organizations and Society**, v. 26, p. 597-616, 2001. [http://dx.doi.org/10.1016/S0361-3682\(01\)00025-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0361-3682(01)00025-3)

RICHARDSON, Alan J.; WELKER, Michael; HUTCHINSON, Ian R. Managing capital market reactions to corporate social responsibility. **International Journal of Management Reviews**, v. 1, p.17-43, 1999. <http://dx.doi.org/10.1111/1468-2370.00003>

RIORDAN, Michael H. Uncertainty, Asymmetric Information and Bilateral Contracts. **Review of Economic Studies**, v. 51, n. 1, p. 83-93, 1984. <http://dx.doi.org/10.2307/2297706>

SAIIA, David H.; CARROLL, Archie B.; BUCHHOLTZ, Ann K. Philanthropy as Strategy: when Corporate Charity “Begins at Home”. **Business & Society**, v. 42, n.2, Jun, p.169-201, 2003. <http://dx.doi.org/10.1177/0007650303042002002>

SEIDLER, Lee J.; SEIDLER, Lynn L. **Social Accounting: Theory, Issues, and Cases**. Los Angeles: Melville Publishing Co., 1975.

SILVA, Lílian Simone Aguiar da; QUELHAS, Osvaldo Luiz Gonçalves. Sustentabilidade Empresarial e o Impacto no Custo de Capital Próprio das Empresas de Capital Aberto. **Gestão & Produção**, v.13, n.3, set/dez, p.385-395, 2006. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-530X2006000300003>

SIMNETT, R., VANSTRAELEN, A., CHUA, W.F. Assurance on sustainability reports: An international comparison. **Accounting Review**, v. 84, n. 3, p. 937-967, 2009. <http://dx.doi.org/10.2308/accr.2009.84.3.937>

UDAYASANKAR, Krishna. Corporate Social Responsibility and Firm Size. **Journal of Business Ethics**, v. 83, n. 2, p. 167-175, 2007. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-007-9609-8>

ZYLBERSZTAJN, Decio. Organização ética: um ensaio sobre comportamento e estrutura das organizações. **RAC - Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 6, n. 2, p. 123-143, 2002. <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-6552002000200008>

ⁱ Programa social é um plano de ação, uma experiência introduzida em sociedade com a finalidade de produzir uma mudança no *status* da sociedade ou de alguns de seus membros. [tradução livre]

ⁱⁱ PricewaterhouseCoopers, Deloitte Touche Tohmatsu, KPMG e Ernst & Young.