

APLICAÇÃO DA NBC T 15 POR EMPRESAS DOS SEGMENTOS DE BEBIDAS E ALIMENTOS: UMA PESQUISA DOCUMENTAL

APPLICATION OF THE NBC T 15 FOR COMPANIES FROM THE FOOD AND BEVERAGE SEGMENTS: DOCUMENTAL RESEARCH

Marli Terezinha Vieira

Mestre em Ciências Contábeis pela
Universidade Regional de Blumenau
Endereço: Rua Antônio da Veiga, 140 – Sala D 206
Bairro Victor Konder - Caixa Postal 1507
CEP 89010-971 – Blumenau/SC – Brasil
E-mail: marlicont@upg.br
Telefone: (47) 3321-0565

Ana Cristina de Faria

Doutora em Controladoria e Contabilidade - FEA/USP
Professora da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais
da Universidade São Judas Tadeu
Endereço: Rua Taquari 546 – Bairro Mooca
CEP 03166-000 - São Paulo/ SP - Brasil
E-mail: anacfaria@uol.com.br
Telefone: (011) 6099-1881

RESUMO

Com adequada evidenciação das informações, os agentes interessados terão instrumentos para avaliação do desempenho social da organização. A Contabilidade, no cumprimento de seu papel de fornecedora de informações para os diversos tipos de usuários, deve gerar, além de informações econômico-financeiras, informações sobre responsabilidade social. O artigo objetiva verificar se as maiores empresas por faturamento no segmento de alimentos e bebidas da economia brasileira evidenciam, de maneira adequada, informações de responsabilidade social. Foi realizada pesquisa documental, a partir de um *checklist* baseado na NBC – T 15 do Conselho Federal de Contabilidade, visando verificar o nível de evidenciação de informações de responsabilidade social. Foram selecionadas as 14 maiores empresas por faturamento no segmento de alimentos e bebidas da economia brasileira que publicaram suas demonstrações contábeis em 2005. Constatou-se que cinco empresas mostraram um péssimo conceito; quatro apresentaram ótimo desempenho na evidenciação de suas informações de responsabilidade social; e outras se apresentaram de forma boa ou regular. Conclui-se que, apesar da escassez de normas sobre responsabilidade social, mesmo que não evidenciando com clareza, as empresas preocupam-se com a questão social.

Palavras-chave: Evidenciação. Informações. Responsabilidade social.

ABSTRACT

With adequate disclosure of information, interested parties will have instruments for evaluating the social performance of the organization. Besides generating information on finances and economics, accounting, in fulfillment of its role as supplier of information for

various types of users, must also furnish information on social responsibility. The objective of this research was to verify whether the largest companies in terms of revenues in each segment of the Economy evidence information on social responsibility in an adequate way. As methodology, bibliographical research was made and documentary research developed starting with a checklist based in NBC - T 15, aimed at verifying the level of disclosure of information on social responsibility. Fourteen large revenue companies in each segment of the Economy had been selected; with the final sample including the 14 companies that had published their accounting statements. It can be stated that five companies showed poor notion of the concept; four presented excellent performance in the disclosure of information on social responsibility, while the others presented good or regular performance. It was verified that despite the scarcity of norms on social responsibility and even though they may not evidence their preoccupations clearly, companies are concerned about social questions.

Keywords: Disclosure. Information. Social responsibility.

1 INTRODUÇÃO

As discussões sobre responsabilidade social vêm despertando nos gestores de muitas organizações a certeza de que a melhoria da qualidade de vida e da sociedade está relacionada a garantir a contribuição e a longevidade de sua entidade, que deve estar comprometida com a sociedade em geral. Esta, por sua vez, conclama que as instituições, de qualquer nível ou natureza, devam assumir sua responsabilidade no campo social em que atuam.

Conforme Instituto Ethos (www.ethos.org.br), responsabilidade social “é uma forma de conduzir os negócios da empresa, de tal maneira que ela se torne parceira e co-responsável pelo desenvolvimento social”. A responsabilidade social atinge o futuro existencial da humanidade e suas relações no ambiente corporativo. Empresa e sociedade são compostas por comunidade em geral, governo, clientes, fornecedores, investidores, que podem, a longo prazo, ser afetados, prejudicando a continuidade da organização e da vida no planeta.

O resultado econômico obtido por cada entidade deve ser confrontado com índices de responsabilidade social. Estes, por sua vez, englobam o aspecto de a empresa ser responsável ou não pela preservação ambiental, na melhoria nas condições de trabalho e de vida de seus funcionários, pela assistência médica e social para a comunidade, incentivo às atividades culturais, artísticas e esportivas e a preservação, reforma e manutenção de bens públicos, entre outros fatores.

Esta mudança de postura notada no Brasil e nas demais regiões do planeta deve-se ao fato da conscientização da população e do movimento de desestatização da economia brasileira verificado nos últimos anos. Como o Estado tem menos funções na economia do país, uma vez que vários setores produtivos foram transferidos à iniciativa privada, cabe a ele assumir algumas responsabilidades de cunho social. Segundo Riahi-Belkaoui (1999, p. 1), para a aplicação da responsabilidade social, torna-se necessário contemplar três categorias no campo de atuação das organizações:

- a) adoção de técnicas de Contabilidade Econômico-Social, fundamentais ao processo de mensuração e avaliação dos resultados financeiros resultantes da adoção de determinadas práticas, tendo em vista o desenvolvimento sustentável da sociedade;
- b) manutenção da reputação corporativa; e
- c) eliminação de práticas fraudulentas por parte de seus dirigentes e funcionários.

A empresa precisa demonstrar que está conduzindo sua operação, sob vários aspectos econômicos e mercadológicos, mas também com preocupação social e ambiental. Esta comunicação entre empresa e sociedade fortalece a imagem institucional da organização, elevando sua participação no mercado, atraindo melhores empregados, fornecedores e maiores volumes de investimentos. Além disso, estimular que outras organizações, pertencentes ao sistema, também venham a comportar-se dessa forma, dando origem a um ciclo positivo e crescente, que vise à eliminação de diferenças sociais e da degradação urbana e ambiental.

Foi somente a partir da década de 1960, nos Estados Unidos da América, em função da Guerra do Vietnã, e no início da década de 1970, na Europa, particularmente na França, Alemanha e Inglaterra, que a sociedade iniciou uma cobrança por maior responsabilidade social das empresas e consolidou-se a própria necessidade de divulgação dos chamados balanços ou relatórios (TORRES, www.balancosocial.org.br; DE LUCA, 1998).

Na França, desde 1977, existe a Lei de Responsabilidade Social que obriga as empresas a publicarem o Balanço Social. No Brasil, desde 1997, o falecido sociólogo Herbert de Souza, o Betinho, e o Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) chamaram a atenção dos empresários e de toda a sociedade para a importância e a necessidade da publicação desta demonstração, visando a evidenciar as informações de caráter social.

A Organização das Nações Unidas (ONU) lançou, pela primeira vez, o Pacto Global em 1999, durante o Fórum Mundial na Suíça, contendo nove princípios, entre eles: a Declaração Universal dos Direitos Humanos, Declaração dos Direitos do Trabalho, Direitos e Princípios Fundamentais do Trabalho e Declaração do Rio sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (PACTO GLOBAL, www2.petrobras.com.br, p. 2). Isso denota que existe interesse mundial sobre assuntos de responsabilidade social.

O novo papel das organizações, que é a inserção social, como meio de sobrevivência em um mercado competitivo, tem levado muitas empresas a questionar sobre a responsabilidade de justificar, diante do público, informações sobre a contribuição para a defesa dos recursos naturais e a conservação das condições de uma vida digna. Inspirados na própria história é que essas entidades estão focalizando o aspecto social como fator primordial das atividades. Adicionalmente, diversos estudiosos estão tratando desse assunto, tais como: De Luca (1998); Gonçalves (1998); Tinoco (2001); Riahi-Belkaoui (1999); Kroetz (2000); Busatto (2001) e Ashley (2002), entre outros.

Muitas empresas já estão voltadas para atividades que resultem em benefícios aos funcionários, à comunidade, ao meio-ambiente e para si própria. Conforme o *Business Meets Social Development* (BSD) (www.bsd-net.com, p.2), “o conceito de desenvolvimento sustentável trata desta questão: não haverá crescimento econômico em longo prazo sem progresso social e cuidado ambiental”. A sociedade, a economia e o meio ambiente devem estar equilibrados, dentro do contexto da sustentabilidade, apresentando uma visão clara do impacto da responsabilidade social da empresa, para apoiar a tomada de decisões.

Nesta nova realidade que as empresas estão vivenciando, a Contabilidade, como Ciência Social, deve atender à necessidade dos usuários de informações de caráter econômico-financeiro, patrimonial e social, relacionadas ao ambiente em que está inserida e estar voltada para o desenvolvimento social e ambiental, com propostas de evidenciar as ações da entidade, direcionadas ao meio-ambiente, à ética e à responsabilidade social. Deve englobar um conjunto de informações para a tomada de decisões em recursos humanos, incentivos fiscais, investimentos, meio-ambiente e a sociedade em geral, gerando valor adicionado, como forma de evidenciar a participação sócio-econômica da entidade, no meio social em que está inserida.

Conforme Santos (2003, p.16), “a busca incessante de informação cada vez mais útil e precisa, deve ser preocupação de todos os profissionais responsáveis pela geração divulgação

e análise de dados que possam interferir nas relações sociais entre indivíduos e empresa”. Assim, a evidenciação contábil aumenta a credibilidade para a mensuração da riqueza gerada no país, além de representar uma ferramenta essencial para prestar contas à sociedade sobre desenvolvimento econômico.

Surge, então, a questão de pesquisa deste estudo: *As demonstrações contábeis das maiores empresas por faturamento nos diversos segmentos da Economia evidenciam informações de responsabilidade social?* Com a intenção de responder à referida questão, o artigo objetiva verificar se as maiores empresas por faturamento no segmento de alimentos e bebidas da economia brasileira evidenciam, de maneira adequada, informações de responsabilidade social. Como objetivos específicos, tem-se: a) Identificar as normas contábeis nacionais e internacionais aplicáveis à identificação, mensuração e informação de eventos econômicos de natureza social nas empresas; e b) Caracterizar as informações de responsabilidade social evidenciadas pelas maiores empresas do segmento de alimentos e bebidas.

Além desta introdução, este artigo possui mais quatro seções. Na segunda seção, apresenta a fundamentação teórica, que destaca aspectos conceituais sobre a Evidenciação da Responsabilidade Social, Balanço Social e Demonstração de Valor Adicionado. A terceira seção descreve a metodologia empregada na pesquisa. A quarta seção apresenta a análise dos resultados da pesquisa, com o objetivo de verificar como está sendo feita a evidenciação de informações sociais pelas empresas selecionadas. Por fim, na quinta seção, são expostas as considerações finais do estudo.

2 A EVIDENCIAÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

A percepção da necessidade de evidenciação das informações de responsabilidade social pode surgir na empresa por iniciativa própria ou imposição legal. Nesta nova fase de relação entre empresa e sociedade, vertentes formam aliança para evidenciar a riqueza gerada e distribuída, dentro do contexto de responsabilidade social. Embora não exista lei específica para a prática, muitas empresas estão prestando contas à sociedade do papel que desempenham e vêm atuando na promoção do bem-estar por meio da distribuição dos lucros e projetos sociais e, por consequência, têm como resultado colaboradores mais eficientes e diminuição dos índices de violência e exclusão dos cidadãos.

Várias empresas já estão publicando voluntariamente relatórios sociais que contêm informações sobre o custo dos salários e encargos sociais, as despesas sociais voluntárias, a formação profissional, os esforços de informação interna, os números de acidentes, as contribuições a respeito da coletividade, os empregos em pesquisa e publicidade sobre as ações de controle de poluição.

A Contabilidade Social, nesse contexto de mudanças, passa a ter ênfase para acompanhar a evolução das novas exigências da sociedade, fazendo com que as empresas publiquem suas demonstrações com transparência, a fim de evidenciar os aspectos do bem-estar social e ambiental, surgindo como um instrumento de melhor divulgação para atender, com contribuição teórica e prática, aos usuários do Balanço Social. (DE LUCA, 1998).

A Contabilidade Social é um ramo da Economia, é uma técnica de registro que mede o conjunto de grandezas definidas pela Ciência Econômica, agregando produção e renda em níveis sociais, cifrados em unidades monetárias (SANTOS, 2003). Neste artigo, será tratado sobre a evidenciação da responsabilidade social, sob a ótica da Ciência Contábil, como Ciência Social Aplicada.

A Contabilidade, como ciência social, é produto do ambiente em que atua, buscando harmonização na linguagem dos negócios. Com o processo de globalização dos negócios, as entidades têm buscado meios de integrar as transações comerciais, financeiras e sociais, ao

redor do mundo. Nesse sentido, alguns organismos nacionais e internacionais buscam harmonizar normas e procedimentos de padronização de eventos econômicos e sociais.

2.1 Evidenciação de responsabilidade social em nível nacional e internacional

Muito se tem falado no mundo inteiro a respeito do assunto, mas ainda com escassez de padronização. É importante mencionar como diversas entidades, em nível mundial, estão se preocupando com o assunto responsabilidade social.

2.1.1 Responsabilidade social no Brasil

A função reguladora, fiscalizadora e controladora do Estado tem o poder de mudar as necessidades e processos produtivos das empresas. Os artigos 173 e 174 da Constituição Federal tratam da responsabilidade da pessoa jurídica, em relação aos atos praticados à ordem econômica e financeira, economia popular e desigualdade social. Em decorrência disso, hoje existem vantagens adicionais, tais como, a existência de fundos de investimentos e incentivos fiscais, na aplicação de recursos em empresas socialmente responsáveis.

O Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) é uma instituição de utilidade federal, cuja missão é a construção da democracia, combatendo desigualdades e estimulando a participação cidadã. Na linha programática da responsabilidade social e ética, o IBASE trabalha o Balanço Social como um modelo para cobrar uma postura ética e de transparência no meio empresarial e nas organizações da sociedade civil (IBASE, www.ibase.org.br).

Tornou-se um marco no Brasil o Seminário no Rio de Janeiro de 1997, em que estiveram presentes empresas públicas e privadas, discutindo a importância da responsabilidade social, que reacendeu e voltou a pautar a agenda das empresas, da imprensa, de organizações não governamentais, dos institutos de pesquisa e até de instâncias do Governo (IBASE, 2005).

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) emitiu dois Pareceres de Orientação, incentivando a divulgação de informações de natureza social: o Parecer de Orientação CVM n.º 15/87, na parte que trata do Relatório da Administração, e o Parecer de Orientação CVM n.º 24/92, sobre a divulgação da Demonstração de Valor Adicionado (CVM, www.cvm.gov.br). Há, também, a Deliberação CVM n.º 371/2000, que aprova e torna obrigatório, para as companhias abertas, o Pronunciamento sobre Contabilização de Benefícios a Empregados, emitido pelo Instituto dos Auditores Independentes do Brasil (IBRACON), elaborado em conjunto com a CVM.

Visando a reformular a Lei n.º 6.404/76 das Sociedades por Ações, que está em vigor há quase 30 anos, o Anteprojeto de Lei n.º 3.741/2000, entregue pela CVM ao Ministério da Fazenda (MF), entre outros assuntos, trata da inclusão da Demonstração de Valor Adicionado (DVA) como parte integrante das demonstrações contábeis, com o propósito de que as empresas demonstrem suas riquezas geradas durante o exercício social. A proposta de mudança visa a adequar as empresas a uma nova realidade da economia mundial, atendendo a um processo de harmonização das práticas contábeis internacionais (CVM, www.cvm.gov.br).

O Instituto dos Auditores Independentes do Brasil (IBRACON) pronunciou-se a respeito da questão social, comentando que o auditor deve envolver-se no processo de coleta das informações dos relatórios de responsabilidade social, pois isso facilita o trabalho de validação das informações. Além de garantir que as informações sejam devidamente apresentadas, a Auditoria pode auxiliar a empresa a redefinir sua estratégia de gestão voltada para a responsabilidade corporativa, melhorar sua estrutura de controles internos, além de definir o chamado Plano Estratégico de Responsabilidade Social ou de Sustentabilidade.

(IBRACON, www.ibracon.com.br).

O Conselho Federal de Contabilidade manifestou interesse sobre o assunto por meio das Normas Brasileiras de Contabilidade, aprovando a NBC T 15, que tem o objetivo de demonstrar à sociedade procedimentos de informações de natureza social, relacionadas com a responsabilidade social e ambiental das empresas. Essas normas entraram em vigor em 01 de janeiro de 2006. Segundo a referida norma, “a demonstração de informações de natureza social deve evidenciar os dados e informações de natureza social da entidade, extraídas ou não da Contabilidade” (CFC, cfcpw.cfc.org.br). As referidas demonstrações, quando divulgadas, devem ser complementares às demonstrações contábeis, não se confundindo com as Notas Explicativas.

Em relação aos recursos humanos, entre outros aspectos, a empresa deverá informar a remuneração concedida aos empregados, administradores, terceirizados e autônomos, gastos com encargos sociais, alimentação, transporte, saúde, previdência privada, segurança e medicina no trabalho, educação, cultura, capacitação e desenvolvimento profissional, creches e participação nos lucros.

Por sua vez, em 2005, a Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA) criou o Manual de Sustentabilidade Econômica, tratando de informações sociais e ambientais. Conforme a BOVESPA (www.bovespa.br), “foi lançado em dezembro de 2005 o primeiro Índice de Sustentabilidade da América Latina, que tem por finalidade servir como indicador do comportamento do mercado como um todo ou de um segmento econômico específico do mercado”. Debates sobre sustentabilidade fizeram com que analistas ampliassem o horizonte de mensurações do Balanço Social por meio de índices que reflitam, adequadamente, a qualidade das informações prestadas à sociedade.

A exemplo de outros índices do mundo, a BOVESPA (www.bovespa.br) uniu esforços com o Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces) da FGV-EAESP. O grupo de trabalho originário deu lugar ao Conselho Deliberativo do Índice de Sustentabilidade Empresarial (CISE), composto pelas seguintes entidades: Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (ABRAAP); Associação Nacional de Bancos de Investimentos (ANBID); Associação de Analistas e Profissionais de Investimentos de Mercado (APIMEC); Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC); Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (ETHOS); *International Finance Corporation* (IFC); Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE); e a Secretaria de Desenvolvimento Sustentável do Ministério do Meio Ambiente (SDS/MMA).

Na seqüência, descreve-se como algumas entidades em nível internacional tratam a questão da evidenciação das informações de responsabilidade social.

2.1.2 A Evidenciação das informações de responsabilidade social no mundo

As organizações mundiais têm unido esforços, ainda com muita dificuldade, para definir, padronizar e normatizar a evidenciação da responsabilidade social, nos vários setores da sociedade. Embora existam poucos pronunciamentos de órgãos internacionais sobre o assunto, serão mencionados, neste trabalho, os de algumas entidades.

Na Organização das Nações Unidas (ONU), foi lançado, durante o Fórum Econômico Mundial, na Suíça, em 1999, um pacto entre este órgão e as empresas, englobando nove princípios derivados da Declaração Universal de Direitos Humanos, Declaração da Organização Internacional do Trabalho e Declaração do Rio sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento, em que são abordados direitos humanos, condições de trabalho e meio ambiente, entre outros assuntos. Quanto à contabilização, a ONU recomenda que cada organização, de acordo com critérios pré-estabelecidos, pode reconhecer as exigibilidades, de forma espontânea ou por imposição da lei. Em situações em que danos causados pela organização não sejam de reparação obrigatória em lei, é aconselhável que sejam divulgados

em Notas Explicativas.

Uma iniciativa interessante é o *Global Reporting Initiative (GRI)*, que é um acordo internacional entre países Europeus, a *United Nations Foundation* e os Estados Unidos da América, cuja missão é elaborar e difundir diretrizes para elaboração de relatórios de sustentabilidade, aplicáveis globalmente e voluntariamente pelas organizações (*GLOBAL REPORTING INITIATIVE*, www.globalreporting.org, 2000, p.3). Os referidos relatórios envolvem o desenvolvimento de indicadores que ligam o desempenho econômico das empresas com suas condições ambientais ou sociais ou cruzam informações com elementos de sustentabilidade.

A *Social Accountability 8000*, desenvolvida pela *Social Accountability International*, por exemplo, é a primeira norma dos Estados Unidos voltada à melhoria das condições de trabalho, abrangendo os principais direitos trabalhistas e certificando o cumprimento destas, por meio de auditores independentes. Especifica requisitos de responsabilidade social que possibilitem a uma empresa: desenvolver, manter e executar políticas e procedimentos, com o objetivo de gerenciar temas que possam controlar ou influenciar e demonstrar para as partes interessadas que as políticas, procedimentos e práticas estão em conformidade com o padrão (SAI, www.sa-intl.org). A SAI 8000 não se refere à evidenciação das informações de responsabilidade social, pois fala apenas das condições de trabalho no mundo.

O Livro Verde foi o marco da Comunidade Européia e tem como objetivo iniciar um debate com a União Européia, em nível internacional, para aproveitar práticas existentes inovadoras de responsabilidade social ao redor do mundo (UNIÃO EUROPEIA, www.europa.eu.int). Quanto à evidenciação da responsabilidade social, a Comunidade Européia não se manifestou.

O *International Accounting Standard Board (IASB)* tem por objetivo conseguir uniformidade nos princípios e informações que as organizações utilizam nos seus relatórios financeiros, em nível global (IASB, www.iasb.org). O IAS 19, por exemplo, refere-se aos benefícios de aposentadoria, mas fora esta norma, este órgão não se pronuncia sobre a evidenciação da responsabilidade social. O *Financial Accounting Standards Board (FASB)*, por sua vez, objetiva criar e desenvolver normas contábeis, relacionadas com a Contabilidade Financeira. Trata, além de outros assuntos, dos benefícios de aposentadoria. Quanto à responsabilidade social, não se pronuncia sobre sua evidenciação (FASB, www.fasb.org).

Na França, desde 1977, as empresas com determinado número de empregados são legalmente obrigadas a publicar o Balanço Social (TINOCO, 2001). No Brasil, esta demonstração ainda é facultativa.

2.2 Balanço social e demonstração de valor adicionado

A responsabilidade social, evidenciada pelo Balanço Social, por exemplo, presta contas ao governo, aos trabalhadores, aos acionistas e à sociedade em geral, do desempenho social das empresas, não deixando de agregar custo-benefício em relação aos fatores de produção. Para uma melhor credibilidade das informações prestadas ao público, surge a mensuração por meio do índice de sustentabilidade. Para as empresas que publicam seu Balanço Social, por exemplo, anualmente, o IBASE fornece o “Selo Balanço Social”.

Na visão de Gonçalves (1998, p.36), o marco na história dos Balanços Sociais aconteceu na França, em 1972, que foi o ano em que a empresa SINGER fez o assim chamado, primeiro Balanço Social da história das empresas. De Luca (1998, p. 25-26) conceitua Balanço Social da seguinte maneira:

Balanço Social é o documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitam identificar o perfil da atuação social da empresa durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação

dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente.

Embora tenha origem na Contabilidade, o Balanço Social não deve ser visto como um demonstrativo contábil, mas como uma forma de explicitar o cumprimento da responsabilidade social. Nesse sentido, não é recente, de acordo com a história, tanto no Brasil quanto em vários países do mundo, a necessidade de normatização de padrões para elaboração do Balanço Social. O Quadro 1 evidencia o enfoque dado às informações de caráter social, em diversos países.

| País | Balanço Social – Enfoque |
|----------------|--|
| Estados Unidos | Ênfase para os consumidores/clientes e a sociedade em geral; qualidade dos produtos, controle da população, contribuição da empresa às obras culturais. Benefícios à coletividade. |
| Holanda | Enfoque para as informações sobre as condições de trabalho. |
| Suécia | Ênfase nas informações de trabalho e aos empregados. |
| Alemanha | Enfoque as condições de trabalho e aos aspectos ambientais. |
| Inglaterra | Forte discussão sobre responsabilidade social e grandes pressões para a divulgação mais ampla de relatórios sociais. |
| França | Enfoque para as informações aos empregados; nível de emprego, remuneração, condições de trabalho e formação profissional. |

Quadro 1 - Enfoque de alguns países sobre Balanço Social

Fonte: De Luca (1998, p. 25).

No Brasil, esta mudança de mentalidade já pode ser notada na “Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas”, desde a sua publicação, em 1965, pela Associação de Dirigentes Cristãos de Empresas do Brasil (ADCE Brasil). Na década de 1980, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES) chegou a elaborar um modelo de Balanço Social, porém, só a partir do início da década de 1990, é que poucas empresas passaram a evidenciar alguns relatórios sociais, divulgando ações realizadas em relação à comunidade, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários (IBASE, www.ibase.org.br).

No entendimento de Santos (2003, p.11), o Balanço Social é estudado sob quatro vertentes: a) Balanço Ambiental, que se refere à postura da empresa em relação aos recursos naturais; b) Balanço de Recursos Humanos, que evidencia o perfil da força de trabalho; c) Demonstração de Valor Adicionado (DVA), que contempla a riqueza agregada à economia local; e, d) Benefícios e contribuições à sociedade em geral. A DVA é uma das vertentes que está em maior evidência, pois atende às necessidades relativas a informações sobre a riqueza gerada e a forma de distribuição, apesar de pouco difundida pelos usuários da Contabilidade (SANTOS, 2003, p.11).

A DVA auxilia na mensuração e demonstração da geração e distribuição da riqueza de uma organização, com dados extraídos da Contabilidade, especialmente da Demonstração do Resultado do Exercício, apenas com enfoques diferenciados. Evidencia como a riqueza gerada pela empresa está sendo distribuída aos agentes econômicos e sociais beneficiários da renda. Pode-se dizer que o valor adicionado é utilizado para mensurar as atividades econômicas por meio do seu Produto Nacional Bruto (PNB), que mede em unidades monetárias os bens e serviços finais, produzidos pela Economia em determinado período.

Entende-se que o valor adicionado serve para evidenciar o valor da riqueza criada pela empresa e a quem pertencem os resultados econômicos apurados. Assim, a DVA é um instrumento de informação pelo qual as empresas se utilizam para demonstrar parte das suas responsabilidades sociais e sua contribuição para a geração da riqueza nacional, evidencia à

sociedade o quanto a empresa gerou de riqueza e como foi distribuída. A seguir, descreve-se a metodologia utilizada nesta pesquisa.

3 METODOLOGIA DA PESQUISA

Para responder à questão de pesquisa e atender aos objetivos deste artigo, foi realizada pesquisa documental. Esta consiste “na coleta de dados referentes a uma dada população com base em uma amostra selecionada, de forma clara e direta, dos quais se objetiva saber o comportamento (SILVA, 2003, p.62)”. Segundo Gil (1996, p.52), a pesquisa documental apresenta as vantagens de que os “documentos constituem rica fonte de dados” e destaca que, “como subsistem ao longo do tempo, torna-se a mais importante fonte de dados em qualquer pesquisa de natureza histórica”.

As empresas selecionadas para compor a amostra estão destacadas como maiores por faturamento entre a 1ª e a 500ª posição no *ranking* da Revista Exame Melhores e Maiores do ano de 2006. Este periódico seleciona, por meio de diversas técnicas de análise de balanço, as 500 Maiores e Melhores Empresas brasileiras, obedecendo a classificação por faturamento (do maior para o menor). Posteriormente, esse periódico evidencia as empresas por segmento e verifica quais tiveram melhor desempenho no setor. Foram selecionadas, para compor a amostra, empresas do segmentos de alimentos e bebidas da economia brasileira.

A amostragem das empresas escolhidas para estudo foi a das que publicaram as demonstrações contábeis obrigatórias e pareceres de auditoria, bem como notas explicativas e o balanço social. Foram selecionadas para serem analisadas e interpretadas as demonstrações contábeis do exercício de 2005 das empresas arroladas no Quadro 2.

| Alimentos | Bebidas |
|-------------------------|-------------|
| Garoto | Norsa |
| Nestlé | Schincariol |
| Sadia | Vonpar |
| Moinhos Cruzeiro do Sul | Arosuco |
| Marftig | |
| Bunge Alimentos | |
| Cargill | |
| Cosan | |
| Perdigão | |
| Itambé | |

Quadro 2 - Empresas selecionadas para a pesquisa

Fonte: Revista Exame. As 500 Maiores Empresas do Brasil - Melhores e Maiores (2006).

Conforme se observa no Quadro 2, foram selecionadas 14 empresas para compor a amostra, que são as que tiveram suas demonstrações contábeis obrigatórias ou não, publicadas, conforme metodologia para análise e interpretação das demonstrações inseridas nas normas vigentes. A partir daí, foi feita uma criteriosa análise documental das demonstrações contábeis evidenciadas pela empresa, para verificar se está em conformidade com o objeto do estudo e quais informações de caráter social foram evidenciadas.

Para viabilizar a pesquisa documental, foi elaborado um *checklist*, que contém 16 quesitos, fundamentados na Norma Brasileira de Contabilidade - NBC T 15, do Conselho Federal de Contabilidade, que entrou em vigor em janeiro de 2006 e estabelece procedimentos de informações de natureza social. O *checklist* desenvolvido tem por objetivo atribuir um conceito às empresas que evidenciam as referidas informações, tal como se pode observar no Quadro 3.

| (NOME DA EMPRESA) A empresa... | RESPOSTAS | |
|--|-----------|-----|
| | SIM | NÃO |
| 1) ...publica alguma demonstração em que constam informações de natureza social e ambiental? | | |
| 2) ...publica o Balanço Social ou DVA? | | |
| 3) ...a evidenciação da riqueza gerada e distribuída está em conformidade com a Demonstração de Valor Adicionado? | | |
| 4) ...evidencia, nos demonstrativos contábeis, dados referentes à remuneração, benefícios concedidos, composição do corpo funcional, contingências e passivos trabalhistas da entidade? | | |
| 5) ...evidencia nos demonstrativos contábeis dados relativos à interação da entidade com o ambiente externo, relacionamento com a comunidade, clientes, fornecedores e incentivos decorrentes dessa interação? | | |
| 6) ... utiliza nas informações relativas aos fornecedores, critérios de responsabilidade social para a sua seleção? | | |
| 7) ... evidencia a remuneração bruta segregada por empregados, administradores, terceirizados e autônomos? | | |
| 8) ... evidencia gastos com previdência privada? | | |
| 9) ... evidencia gastos com cultura? | | |
| 10) ... evidencia participação nos resultados? | | |
| 11) ... evidencia informações relativas às ações trabalhistas? | | |
| 12) ... evidencia o valor de indenizações e multas pagas por determinação da justiça a empregados? | | |
| 13) ... evidencia informações relativas à interação com a comunidade? | | |
| 14) ... evidencia investimentos em educação? | | |
| 15) ... evidencia o número de reclamações recebidas por meio dos órgãos de proteção e defesa do consumidor? | | |
| 16) ... evidencia informações relativas à interação com os clientes, ações empreendidas pela entidade para sanar ou minimizar as causas de reclamações? | | |
| TOTAL POR RESPOSTA | | |
| PERCENTUAL DE RESPOSTAS "SIM" | | |
| CONCEITO DAS DEMOSTRAÇÕES | | |

Quadro 3 – Checklist para atribuição de conceitos às empresas

Fonte: adaptado da NBC – T 15 - Conselho Federal de Contabilidade (cfcspw.cfc.org.br).

A atribuição de conceito tem como finalidade verificar se as demonstrações contábeis estão adequadas à Norma Brasileira de Contabilidade - NBC T 15, com informações de natureza social. Para a referida classificação das demonstrações, foram definidos os conceitos do Quadro 4.

| Percentual de Respostas "SIM" | Classificação das Demonstrações |
|-------------------------------|---------------------------------|
| 1% até 20% | Péssimo |
| 21% até 40% | Ruim |
| 41% até 60% | Regular |
| 61% até 80% | Bom |
| 81% até 99% | Ótimo |
| 100% | Excelente |

Quadro 4 - Conceito para classificação das demonstrações

Fonte: elaboração própria.

Se as empresas atenderem de 1 a 20% dos quesitos da NBC – T 15, obterão um conceito PÉSSIMO; se se enquadrarem entre 21 e 40% dos quesitos, receberão um conceito RUIM; atendendo de 41 a 60% dos quesitos, obterão quesito REGULAR; atendendo entre 61 e 80% das exigências, estarão enquadradas em conceito BOM; obterão conceito ÓTIMO, caso

tenham atendido entre 81 e 99% dos quesitos; e receberão conceito EXCELENTE, aquelas empresas que atenderem a todos os quesitos. Na próxima seção, desenvolve-se a descrição e análise dos dados obtidos, visando a verificar o nível de evidenciação da responsabilidade social das empresas pesquisadas.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Nesta seção, procede-se à descrição e análise dos dados da pesquisa. Inicia-se com os resultados da pesquisa em cada empresa, fazendo-se um breve relato sobre fragmentos históricos e elementos de evidenciação da responsabilidade social das empresas, além de atribuir um conceito a cada empresa de acordo com o grau de evidenciação dos itens do *checklist*. Na seqüência, apresenta-se uma síntese consolidada dos resultados da pesquisa.

4.1 Resultados da pesquisa em cada empresa

De acordo com o foco da pesquisa documental, foram analisadas as seguintes peças contábeis publicadas pelas 14 empresas selecionadas: Balanço Social e Demonstração do Valor Adicionado (se publicados), Notas Explicativas, Pareceres da Auditoria e Relatórios da Administração. Na seqüência, comentam-se, de forma resumida, os resultados obtidos na análise de cada empresa.

4.1.1 Chocolates Garoto S.A.

Uma das três maiores fabricantes de chocolate do Hemisfério Sul, a Chocolates Garoto possui um parque industrial de alta tecnologia, instalado em Vila Velha, município vizinho à Vitória, capital do Espírito Santo. Trata-se de um complexo com duas unidades industriais que somam 68 mil metros quadrados construídos, em uma área disponível de 200 mil metros quadrados. As fábricas têm capacidade para a produção de 140 mil toneladas anuais de chocolate, num regime de trabalho de três turnos de produção.

O investimento em tecnologia é uma política constante da Garoto, que nos últimos cinco anos aplicou R\$ 75 milhões na modernização e ampliação de seu parque industrial. Desse total, R\$ 25 milhões foram destinados à construção do maior e mais avançado centro de armazenagem vertical da América Latina, o Centro de Distribuição do Espírito Santo (CDES).

Desde 1998 que a empresa de chocolates Garoto desenvolve o Clubinho Garoto, em que há uma integração entre funcionários da empresa e seus filhos. Também o Programa de Visitas à Empresa (PVE) e o Centro de Documentação e Memória (CDM) são projetos apoiados pela empresa Garoto. Apóia oito instituições na área assistencial, doando a cada dois meses produtos alimentícios e, todo mês, uma verba em dinheiro. Investe em projetos esportivos (www.garoto.com.br).

Por sua vez, no Balanço Social da companhia, são citados e detalhados os projetos sociais e de preservação ambiental e de novas tecnologias, as certificações ambientais, a política de investimento em proteção e segurança ambiental da indústria. Aplicando o *checklist*, o conjunto de demonstrações da Garoto recebeu o conceito ótimo, pois, constatou-se que 91% dos propósitos foram atendidos adequadamente.

4.1.2 Norsa/Coca-Cola

A Norsa é uma jovem empresa de bebidas, fundada em 1998, pela união dos franqueados Coca-Cola nos estados da Bahia, Ceará, Piauí e Rio Grande do Norte. Com apenas oito anos de existência, alcançou, em sua área geográfica de 889 mil quilômetros quadrados (10% do território brasileiro), a liderança absoluta do mercado de refrigerantes, introduziu e cultivava um modelo de gestão que valoriza a qualidade, a eficiência e o

desenvolvimento de pessoas. Com quatro fábricas, seis centros de distribuição e um contingente de 2.703 funcionários, a Norsa produz, vende e distribui os produtos Coca-Cola e comercializa e distribui o *portfólio* da Cervejarias Kaiser em 134.649 pontos-de-venda.

Em seu sítio (www.norsa.com.br) apresenta explicações sobre sua atuação em relação à responsabilidade social e seus projetos. A Norsa atua com responsabilidade social no desenvolvimento de projetos sociais e também pagando impostos, gerando empregos, desenvolvendo pessoas, vendendo produtos de qualidade e não agredindo o meio ambiente. Aplica em projetos sociais especiais para as comunidades onde está presente. Dos 16 quesitos de responsabilidade social, aplicados de acordo com o *checklist*, a Norsa recebeu um conceito bom.

4.1.3 Nestlé Brasil Ltda.

A Nestlé tem o nome de seu fundador, Henri Nestlé, o alemão que inventou a primeira fórmula de alimento infantil, chamada por ele de Farinha Láctea. A partir dessa iniciativa, ocorrida há mais de 130 anos na cidade de Vevey, na Suíça, a Nestlé foi crescendo e se tornou a Empresa Mundial de Alimentos e Nutrição.

Sua atitude socialmente responsável é apresentada em seu sítio (www.nestle.com.br), onde ela explica que o primeiro produto que a empresa fabricou foi um produto voltado para as crianças com problemas de desnutrição. Sendo suas iniciativas diversificadas, em que contemplam projetos de interesse da comunidade, da cultura, da educação e do meio ambiente.

O último Balanço Patrimonial divulgado pela Nestlé foi o de 2004. Ao aplicar o *checklist*, dos 16 itens selecionados, a empresa atendeu a 14 com resposta sim, abrangendo 87%, recebendo o conceito ótimo, com a evidenciação de itens econômicos de natureza social, em suas demonstrações publicadas.

4.1.4 Sadia S.A.

A Sadia foi fundada por Attilio Fontana, em 1944, no oeste catarinense. Ao longo dos anos, firmou sua excelência no segmento agroindustrial e na produção de alimentos derivados de carnes suína, bovina, de frango e de peru, além de massas e margarinas. Nos últimos anos, a Sadia vem se especializando, cada vez mais, na produção e distribuição de alimentos industrializados congelados e resfriados de maior valor agregado.

Líder nacional em todas as atividades em que opera, a Sadia também é uma das maiores empresas de alimentos da América Latina e uma das maiores exportadoras do País. No mercado brasileiro, tem um *portfólio* de cerca de 680 itens, que são distribuídos para aproximadamente 300 mil pontos-de-venda. Para o mercado externo, exporta perto de 250 produtos para 92 países.

A Sadia está entre as maiores empregadoras brasileiras, de acordo com o *ranking* Melhores e Maiores, da Revista Exame. Atualmente, conta com aproximadamente 40 mil funcionários. Além disso, mantém por meio de seu Sistema de Fomento Agropecuário, parceria com cerca de 10 mil granjas integradas de aves e suínos.

Desde seu início de atuação, a empresa já desenvolve por espontaneidade projetos de responsabilidade social. A Sadia mantém uma política de investimento em iniciativas voltadas nacionalmente para o bem-estar social, patrocinando e apoiando programas nas áreas de educação, saúde e cidadania, através da própria empresa ou por grupos voluntários internos (www.sadia.com.br).

A empresa publicou o Balanço Social, evidenciando dados relativos à responsabilidade social relacionados à interação com funcionários, comunidade, clientes e

fornecedores. Diante da aplicação do *checklist*, a referida empresa obteve um percentual de afirmações relativo ao conceito bom, atingindo 80%.

4.1.5 Moinhos Cruzeiro do Sul S.A.

A empresa faz parte do Grupo Predileto Alimentos, que atua desde 1943 no mercado de moagem de trigo e tem sede em Roca Sales/RS. Em 1972, a Predileto expandiu e diversificou suas atividades, partindo para o segmento de avicultura. Assim, seu parque industrial atual é composto por moinhos de trigo, abatedouros de aves e frigoríficos de industrializados, além de complexa infra-estrutura de suporte, que compreende fábricas de ração, granjas de matrizes, incubatórios e sistemas de integração para engorda de frangos de corte. O grupo emprega cerca de três mil funcionários em suas unidades do Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Pernambuco, Maranhão e Pará, além de São Paulo.

Não foram encontradas informações sobre a prática da responsabilidade social por essa empresa. Aplicado o *checklist*, esta empresa atingiu o conceito péssimo, atendendo 20% dos itens selecionados na referida norma.

4.1.6 Grupo Schincariol

A Schincariol é uma empresa 100% nacional, com mais de 6 mil funcionários, e ocupa uma grande fatia do mercado de bebidas, além de ter o maior parque de produção da América do Sul, sem deixar de lado a mesma política de qualidade que tinha quando começou. Participa de vários projetos sociais, tais como: Fome Zero, Alfabetização Solidária, Projeto Adote um Leito, Projeto Bola na Rede, Fundos dos Direitos da Criança e do Adolescente, Pastoral do Menor, Padarias Artesanais, Patrocínio de Atleta Paradesportiva e Inclusão Eficiente, além de vários projetos ambientais, 100% Degradável, Coleta Seletiva de Lixo, Proteção de Reserva Ambiental, entre outros que se encontram disponíveis em seu sítio (www.schincariol.com.br).

Nas Notas Explicativas, evidenciou as provisões para litígios e contingências, nas áreas trabalhista e tributária. Publicou o Balanço Social e DVA, em que foi possível verificar o total de investimentos ao meio social, com programa de recursos humanos, educação, saúde e segurança, meio ambiente, previdência privada, provisões para contingências. Conforme os critérios estabelecidos, a empresa apresentou um índice satisfatório, com 93% de respostas positivas, alcançando um conceito ótimo. Foi constatado que a empresa apenas não utiliza critérios de responsabilidade social para a seleção de fornecedores.

4.1.7 Marfrig Frigoríficos e Comércio de Alimentos Ltda.

Terceiro maior frigorífico exportador do país, o Marfrig decidiu ampliar sua atuação no mercado externo com a aquisição de três novas unidades industriais nos últimos dois meses (agosto e setembro de 2006). A estratégia também passa pela consolidação da empresa como referência em cortes para nichos de mercado especiais (www.marfrig.com.br).

Não foram encontradas informações sobre a prática da responsabilidade social por essa empresa, sendo que, após a aplicação do *checklist*, a empresa ficou com um conceito péssimo.

4.1.8 Vonpar Refrescos S.A.

A Vonpar Refrescos S.A. é a franqueada da Coca-Cola no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina. Esta empresa atende a aproximadamente, 13 milhões de pessoas em sua área de cobertura, que compreende 73,5% do estado do Rio Grande do Sul e 100% do estado de Santa Catarina. Com atuação voltada para o marketing e serviços, com ênfase em qualidade,

atendimento, distribuição e relacionamento, a Vonpar opera na fabricação e distribuição de bebidas da linha Coca-Cola e na distribuição de bebidas das linhas Kaiser e Água Mineral Charrua.

A evolução dos números reflete o crescimento da Vonpar nos últimos anos. No ano de 2000, eram 2.203 colaboradores diretos, hoje, a Vonpar conta com 2.434 colaboradores, representando um crescimento de 10,5%. No total, são 7.302 pessoas, entre funcionários diretos e indiretos e dependentes, beneficiados pela Vonpar (www.vonpar.com.br).

A Vonpar investe em projetos sociais, culturais, educacionais e de meio ambiente. Com a Criação da Fundação Vonpar, será possível a participação em novos projetos, principalmente nas áreas do bem-estar social, educacional e ambiental. A Vonpar não publica Balanço Social e Demonstração de Valor Adicionado. Na aplicação do *checklist*, a empresa atingiu o conceito Regular, respondendo a 60% das questões positivas.

4.1.9 Bunge Alimentos S.A.

A história da Bunge Alimentos começou em 1905, quando a empresa comprou um moinho de trigo em Santos (SP). Foi o início de uma série de investimentos, ampliação e diversificação de atividades industriais, comerciais e de serviços. Destacou-se no agronegócio e alimentos.

Em 1923, a Bunge Alimentos chegou ao Nordeste para industrializar caroço de algodão. Em 1929, lançou o óleo vegetal de algodão com a marca Salada, primeiro no Brasil para uso culinário. Este lançamento inovador provocou mudanças nos hábitos alimentares dos brasileiros, até então acostumados a consumir banha de porco ou o azeite de oliva importado.

No ano de 1956, inovou mais uma vez, lançando as primeiras misturas preparadas para bolos e salgados. Em 1959, lançou a margarina Delícia, a primeira distribuída em veículos com isolamento térmico e com prazo de validade na embalagem. E foi na década de 1950 que ela iniciou, pioneiramente, as pesquisas, o comércio, a industrialização e o fomento da soja a partir do Rio Grande do Sul e que tornou a Bunge Alimentos uma empresa inovadora no relacionamento comercial e na prestação de serviços, bem como líder no agronegócio brasileiro.

A partir da década de 1990, como parte da reestruturação da Bunge no mundo para focá-la para o agronegócio e alimentos, definiram-se as atuações da Bunge Alimentos e da Bunge Fertilizantes que as tornaram líderes nas suas áreas de atuação. A Bunge Alimentos tem seu pensamento em atitudes de desenvolvimento sustentável, dividindo a sustentabilidade em 3 dimensões, a do Desenvolvimento Econômico, da Responsabilidade Social e da Responsabilidade Ambiental (www.bungealimentos.com.br).

Ao aplicar o *checklist* dos 16 itens selecionados, a empresa atendeu a 14 com resposta sim, abrangendo 87%, recebendo o conceito ótimo, com a evidenciação de itens econômicos de natureza social, em suas demonstrações publicadas. É constatado que a empresa não evidencia nas informações o número de reclamações recebidas por meio dos órgãos de proteção e defesa do consumidor e também não foram evidenciados gastos com a previdência privada de seus funcionários.

4.1.10 Cargill do Brasil

A Cargill é fornecedora internacional de produtos e serviços nos setores de alimentação, agricultura e gestão de riscos. Com 142 mil funcionários em 61 países, a Cargill tem o compromisso de utilizar seu conhecimento e experiência para colaborar com clientes, ajudando-os a alcançar o sucesso. No Brasil há 40 anos, a Cargill tem o perfil de uma companhia diversificada. Suas raízes estão ligadas ao setor do agronegócio, sendo também uma das indústrias de alimentos mais importantes no País. Com sede em São Paulo (SP), a

empresa tem unidades industriais e escritórios em cerca de 180 municípios brasileiros e conta com cerca de 23 mil funcionários.

Em seu Relatório Anual de 2005, a empresa Cargill demonstra sua preocupação com a comunidade desenvolvendo projetos sociais e com o número de funcionários. Seus benefícios são alimentação, saúde, previdência, seguro de vida, transporte e cooperativa de crédito. Preocupa-se com a qualidade de vida dos seus funcionários. Além disso, preocupa-se com o público externo e com a defesa do meio ambiente. Apresenta a Demonstração do Valor Adicionado (www.cargill.com.br).

A empresa publicou o Balanço Social, evidenciando dados relativos à responsabilidade social relacionados à interação com funcionários, comunidade, clientes e fornecedores. Diante da aplicação do *checklist*, a referida empresa obteve um percentual de afirmações que lhe confere um conceito bom, atingindo 75%. Apesar de não evidenciar informações interativas com a comunidade, nem ações para minimizar causas de reclamações, e o número de reclamações recebidas por órgãos de defesa do consumidor, demonstra que a empresa está envolvida com a responsabilidade social.

4.1.11 Cosan S.A.

Líder nacional no setor sucoalcooleiro, o Grupo Cosan é um dos maiores produtores de alimentos e energia no mundo. Com taxa de crescimento anual de 24 %, nos últimos cinco anos, por meio de alianças estratégicas, aquisições e arrendamentos, ampliou seu parque industrial de 3 para 12 usinas.

Com investimentos na área social, a Cosan presta ajuda à comunidades auto-sustentáveis e, por meio da Fundação Cosan, há um benefício, direto, de 400 pessoas, além de seus projetos “Saber para Crescer” e “Pensar e Agir”. A Fundação Ometto visa à melhoria da qualidade de vida dos funcionários e de seus dependentes. Há também uma preocupação ambiental, pois há cerca de 660 hectares de floresta nativa, matas ciliares, rios e córregos para a preservação do ambiente (www.cosan.com.br).

Conforme os critérios estabelecidos, não atendeu às expectativas, respondendo positivamente a 20% dos quesitos, recebendo um péssimo conceito, pois evidenciou apenas informações relativas às ações trabalhistas e valor das indenizações e multas pagas por determinação da justiça a empregados e preocupação ambiental. Não publicou Balanço Social e nem a Demonstração do Valor Adicionado.

4.1.12 Perdigão S.A.

A Perdigão, uma das maiores companhias de alimentos da América Latina, hoje está entre as grandes empregadoras do país com 31,4 mil funcionários, mantém parceria com cerca de 5.700 produtores integrados e exporta seus produtos para mais de 100 países.

Companhia de capital aberto, é controlada desde 1994 por um pool de fundos de pensão. Sua gestão é totalmente profissionalizada. Foi a primeira empresa brasileira de alimentos a lançar ações (ADRs) na Bolsa de Nova York. Em 2001, fez parte do primeiro grupo de empresas a aderir ao Nível I de Governança Corporativa da Bovespa.

A empresa exerce cidadania empresarial apoiando 3 pilares: valorização dos funcionários, respeito ao meio ambiente e contribuição para o desenvolvimento das comunidades em que atua. Os projetos criados e implantados pela companhia contemplam as áreas de fundamental importância para o melhor equilíbrio social, como saúde, educação, cultura e esporte (www.perdigao.com.br).

Nas Notas Explicativas, evidenciou as provisões para litígios e contingências, nas áreas trabalhista e tributária. Publicou o Balanço Social e DVA, em que foi possível verificar o total de investimentos ao meio social, com programa de recursos humanos, educação, saúde

e segurança, meio ambiente, previdência privada, provisões para contingências. Conforme os critérios estabelecidos, a empresa apresentou um índice satisfatório, com 93% de respostas positivas, alcançando um conceito ótimo. Foi constatado que a empresa apenas não utiliza critérios de responsabilidade social para a seleção de fornecedores.

4.1.13 Arosuco Aromas e Sucos S.A.

Arosuco é uma empresa que faz parte do grupo AMBEV, maior cervejaria da América Latina, com a fusão das cervejarias Brahma e Antarctica, referência mundial em crescimento e rentabilidade. O processo de fabricação dos refrigerantes tem início na fábrica da filial Arosuco, em Manaus (AM), onde são produzidos os concentrados. Além da elaboração e envasamento destes concentrados, a Arosuco (que significa Aromas e Sucos) também produz o extrato natural de guaraná, desenvolvido com tecnologia própria.

Assim, as atividades da filial são produção, laboratórios de controle de qualidade e laboratórios de cromatografia. O extrato de guaraná é feito de sementes da planta, típica da Amazônia. Elas são torradas, moídas, analisadas e armazenadas, antes de serem consideradas prontas para que seja dado início ao processo de extração (goliath.ecnext.com).

Dos itens selecionados na NBC - T 15, para aplicação do *checklist*, 75%, de um total de 16 requisitos, foram de nível satisfatório, quanto à evidenciação de itens econômicos de natureza social. Foi constatada a não observância pela empresa de critérios de responsabilidade social para a seleção de fornecedores e a falta de evidenciação de informações interativas com a comunidade, número de reclamações e ações para minimizar as causas de reclamações e gastos com cultura.

4.1.14 Itambé

A Itambé é a maior indústria de laticínios com capital nacional, conta com 27 cooperativas associadas, 8.000 fornecedores e capta aproximadamente 100 milhões de litros de leite por mês. Atuando como compradora de insumos, processadora de matéria-prima e vendedora de produtos finais, emprega cerca de 2.800 funcionários (www.itambe.com.br).

Conforme os critérios estabelecidos, não atendeu às expectativas, respondendo positivamente a 12% dos quesitos, recebendo um péssimo conceito, pois evidenciou apenas informações relativas às ações trabalhistas e valor das indenizações e multas pagas por determinação da justiça a empregados.

4.2 Síntese dos resultados da pesquisa

Para uma visão conjunta dos achados da pesquisa, neste tópico faz-se uma síntese dos resultados. Na Tabela 1, constam as respostas positivas e negativas das empresas analisadas neste estudo, de acordo com os 16 quesitos do *checklist*, conforme destacado no Quadro 3.

De acordo com a aplicação do *checklist* em 14 empresas dos segmentos de alimentos e bebidas, fundamentado na Norma Brasileira de Contabilidade - NBC T 15, verificou-se que, dos quesitos avaliados, na média, as empresas atenderam ao conceito bom, respondendo positivamente a 150 assertivas. Ressalte-se que um dos quesitos menos informados se relaciona ao fato de que poucas (4) empresas buscam informações de responsabilidade social, na seleção de seus fornecedores, bem como não evidenciam informações sobre o número de reclamações recebidas por meio dos órgãos de proteção e defesa do consumidor (3). Por outro lado, todas as pesquisadas evidenciam informações relativas a ações trabalhistas e dez evidenciam informações sobre participação nos resultados.

TABELA 1 – QUANTIDADE DE RESPOSTAS POSITIVAS E NEGATIVAS POR QUESITO

| QUESITOS | RESPOSTAS | |
|-------------------------------|-----------|-----|
| | SIM | NÃO |
| 1 | 11 | 7 |
| 2 | 11 | 7 |
| 3 | 11 | 5 |
| 4 | 10 | 4 |
| 5 | 11 | 4 |
| 6 | 6 | 10 |
| 7 | 10 | 6 |
| 8 | 10 | 6 |
| 9 | 9 | 2 |
| 10 | 12 | 2 |
| 11 | 13 | 3 |
| 12 | 9 | 4 |
| 13 | 6 | 7 |
| 14 | 9 | 5 |
| 15 | 5 | 10 |
| 16 | 7 | 8 |
| TOTAL POR RESPOSTA | 150 | 90 |
| PERCENTUAL DE RESPOSTAS “SIM” | 62,5 % | |

Fonte: dados da pesquisa.

A evidenciação da responsabilidade social das empresas ainda é precária, apesar da não obrigatoriedade das publicações, elucidam nas notas explicativas e pareceres da auditoria, bem como no Balanço Social, algumas empresas a publicam, mas com superficialidade. Diante dessa constatação, pode-se dizer que as empresas necessitam seguir a normatização em nível nacional, mas enquanto for algo facultativo, ainda não se pode exigir a evidenciação desejada pela sociedade. Na Tabela 2, pode-se visualizar os resultados da pesquisa documental realizada nos demonstrativos e sítios das empresas.

Tabela 2 - Classificação das demonstrações das empresas analisadas

| Empresas | % de respostas sim | Conceito |
|--|--------------------|----------|
| Chocolates Garoto S.A. | 91% | Ótimo |
| Norsa/Coca-Cola | 77% | Bom |
| Nestlé Brasil Ltda. | 87% | Ótimo |
| Sadia S.A. | 81% | Ótimo |
| Moinhos Cruzeiro do Sul S.A | 20% | Péssimo |
| Grupo Schincariol | 93% | Ótimo |
| Marfrig Frigoríficos e Comércio de Alimentos Ltda. | 12% | Péssimo |
| Vonpar Refrescos S.A. | 18% | Péssimo |
| Bunge Alimentos S.A. | 88% | Ótimo |
| Cargill do Brasil | 75% | Bom |
| Cosan S.A. | 20% | Péssimo |
| Perdigão S.A. | 93% | Ótimo |
| Arosuco Aromas e Sucos S.A. | 75% | Bom |
| Itambé | 12% | Péssimo |

Fonte: dados da pesquisa.

Na amostragem realizada, cinco empresas mostraram um péssimo conceito; enquanto quatro apresentaram ótimo desempenho na evidenciação de suas informações de responsabilidade social. Verificou-se que, apesar da escassez de normas sobre

responsabilidade social, mesmo não evidenciando com clareza, existem empresas preocupadas com a temática em questão.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento sustentável, econômico, ambiental e social das organizações vêm sendo incorporado na demanda do consumidor, aos códigos de conduta e valores empresariais, nas rodadas de negociação comercial nacional e internacional. Já há investidores que buscam aliar objetivos de retorno financeiro e valores a preocupações sociais, escolhendo empresas por desempenho e ética, com contribuições favoráveis para o mundo. Para isso, dependem da evidenciação de informações de responsabilidade social.

Uma constatação percebida na pesquisa foi a de que, de organização para organização, o comportamento em relação à responsabilidade social diferencia-se de acordo com a cultura e o ambiente da organização. Em algumas empresas, já há consciência de que a distribuição de renda proporciona benefícios sociais, além de que impactos sobre o patrimônio social não mensurável proporcionam a continuidade da empresa e da vida no planeta.

Poucos órgãos nacionais e internacionais pronunciaram-se sobre a evidenciação das informações de responsabilidade social pelas empresas. No entanto, existem grupos interessados, como a Comunidade Européia, em trocar idéias com outros países sobre o assunto. A evolução do tema será favorecida com o despertar do interesse e aliança de organismos nacionais e internacionais. No Brasil, uma recente norma aprovada pelo Conselho Federal de Contabilidade deu um passo rumo à evolução sobre o assunto, dentro da nova realidade em que as empresas se encontram. Trata-se da Norma Brasileira de Contabilidade - NBC T 15, que estabeleceu procedimentos de evidenciação de informações de natureza social e ambiental e passou a vigorar a partir de 01 de janeiro de 2006.

Tomando como base a referida norma para realizar a pesquisa documental, constatou-se que as demonstrações contábeis das 14 empresas selecionadas não evidenciam, com clareza, os eventos econômicos de natureza social, para as necessidades de informações de acionistas, fornecedores, clientes, funcionários, governo e sociedade em geral. Apenas quatro empresas, que receberam conceito ótimo, evidenciam de maneira adequada as informações de responsabilidade social.

Nesse contexto, há esperanças de, que em um futuro próximo, possa se estar diante de uma nova realidade das empresas, na espontaneidade de elaboração do Balanço Social ou da Demonstração de Valor Adicionado, pois a evidenciação de informações de responsabilidade social é uma peça de suma importância, para a empresa e à sociedade em geral. Na busca de melhoria contínua, fica a sugestão para a continuidade do estudo e a padronização das normas, sensibilizando os legisladores, por meio de artigos científicos, obras, esclarecimentos públicos, sobre um assunto de suma importância para a sociedade em que se vive.

REFERÊNCIAS

AROSUCO AROMAS E SUCOS S.A. *Responsabilidade social*. Disponível em: <http://goliath.ecnext.com/coms2/product-compint-0001063208-page.html>. Acesso em: 25 out. 2006.

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

BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO (BOVESPA). *Índice de sustentabilidade empresarial*. Disponível em: <http://www.bovespa.br>. Acesso em 28 ago. 2005.

BUNGE ALIMENTOS S.A. *Segurança e qualidade*. Disponível em: <<http://www.bungealimentos.com.br/empresa/qualidade.asp>>. Acesso em: 25 out. 2006.

BUSATTO, C. *Responsabilidade social: revolução do nosso tempo*. Porto Alegre: Corag, 2001.

BUSINESS MEETS SOCIAL DEVELOPMENT (BSD). *Desenvolvimento sustentável*. Disponível em: <<http://www.bsd-net.com>>. Acesso em: 15 set. 2005.

CARGIL DO BRASIL. *Um pouco da história da Cargil no Brasil*. Disponível em: <http://www.cargill.com.br/C7/Nossa%20História%20no%20Brasil/default.aspx>>. Acesso em: 25 out. 2006.

CHOCOLATES GAROTO S.A. *Projetos sociais*. Disponível em: <http://www.garoto.com.br/site/site_bra/institucional/projetos_sociais/projetos_cultura.php?cod_idioma=PT>. Acesso em: 25 out. 2006.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM). *Pareceres de Orientação*. Disponível em: <<http://www.cvm.gov.br>>. Acesso em: 20 dez. 2005.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE (CFC). *Norma Brasileira de Contabilidade – T 15*. Disponível em: <http://cfcspw.cfc.org.br/resolucoes_cfc/Res_1003.doc>. Acesso em: 20 dez. 2005.

COSAN S.A. *Gestão de responsabilidade*. Disponível em: http://www.cosan.com.br/gestao_responsabilidade.aspx>. Acesso em: 25 out. 2006.

DE LUCA, Márcia Martins Mendes. *Demonstração do Valor Adicionado: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB*. São Paulo: Atlas, 1998.

FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (FASB). Disponível em: <<http://www.fasb.org>> Acesso em: 20 dez. 2005.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). *Diretrizes para a elaboração do relatório de sustentabilidade, desempenho econômico, ambiental e social*, junho de 2000. Disponível em: <<http://www.globalreporting.org>>. Acesso em: 28 ago. 2005.

GONÇALVES, Ernesto Lima. *Balço social da empresa na América Latina*. São Paulo: Pioneira, 1998.

GRUPO SCHINCARIOL. *Relatório social*. Disponível em: <http://www.schincariol.com.br/docs/relatorioSocial_01.pdf>. Acesso em: 25 out. 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE ANÁLISE SOCIAL E ECONÔMICA (IBASE). *Responsabilidade social das empresas*. Disponível em: <<http://www.ibase.org.br>>. Acesso em: 30 ago. 2005.

INSTITUTO BRASILEIRO DE CONTADORES (IBRACON). *Relatórios sociais, elaboração e auditoria: uma nova tendência*. Disponível em: <http://www.ibracon.com.br/mail/mail_316a.htm>. Acesso em: 30 ago. 2005.

INSTITUTO ETHOS. *Balanço social*. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 30 ago. 2005.

INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (IASB). *Summaries of International Financial Reporting Accounting Standards*. Disponível em: <<http://www.iasb.org>>. Acesso em: 20 dez. 2005.

ITAMBÉ. *Um pouco da história da Itambé*. Disponível em: <<http://www.itambe.com.br/Cmi/Pagina.aspx?6>>. Acesso em: 25 out. 2006.

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

MARFRIG FRIGORÍFICOS E COMÉRCIO DE ALIMENTOS LTDA. *Responsabilidade social*. Disponível em: <<http://www.marfrig.com.br/marfrig/content/view/full/411>>. Acesso em: 25 out. 2006.

MOINHOS CRUZEIRO DO SUL S.A. *Um pouco da história da empresa Moinhos Cruzeiro do Sul*. Disponível em: <www.infoserver.com.br/04_cases/cruzeirodosul>. Acesso em: 25 out. 2006.

NESTLÉ BRASIL LTDA. *Responsabilidade social*. Disponível em: <<http://www.nestle.com.br/PortalNestle/matrixcontainer/Default.aspx>>. Acesso em: 25 out. 2006.

NORSA/COCA-COLA. *Responsabilidade social*. Disponível em: <<http://www1.norsa.com.br>>. Acesso em: 25 out. 2006.

PACTO GLOBAL. *The global pact*. Disponível em: <<http://www2.petrobras.com.br/ResponsabilidadeSocial/portugues/pactoglobal.asp>>. Acesso em: 12 fev. 2006.

PERDIGÃO S.A. *Responsabilidade social*. Disponível em: <<http://www.perdigao.com.br/site/?acao=respsocial&subacao=content&nodeattribute=cidada nia>>. Acesso em: 25 out. 2006.

REVISTA EXAME. *As 500 Maiores Empresas do Brasil - Melhores e Maiores*. São Paulo: Editora Abril, 2006.

RIAHI-BELKAOUI, A. *Corporate social awareness and financial outcomes*. London: Quorum Books, 1999.

SADIA S.A. *Responsabilidade social*. Disponível em: <<http://www.sadia.com.br/br/empresa/responsabilidadesocial.asp>>. Acesso em: 25 out. 2006.

SAI. *Social Accountability 8000*. Disponível em: <<http://www.sa-intl.org>> Acesso em: 10 fev. 2006.

SANTOS, A. *Demonstração do Valor Adicionado*: como elaborar e analisar DVA. São Paulo: Atlas, 2003.

SILVA, A. C. R. *Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade*: orientação de estudos, projetos, relativos a monografias, dissertações, teses. São Paulo: Atlas, 2003.

TINOCO, J. E. P. *Balanço social*: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública das organizações. São Paulo: Atlas, 2001.

TORRES, C. *Um pouco da história do Balanço Social*. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br>>. Acesso em: 02 ago. 2005.

UNIÃO EUROPEIA. *Livro Verde*. Disponível em: <http://www.europa.eu.int/pol/socio/index_pt.htm>. Acesso em: 20 dez. 2005.

VONPAR REFRESCOS S.A. *Responsabilidade social*. Disponível em: <<http://www.vonpar.com.br>>. Acesso em: 25 out. 2006.

Artigo recebido em 21/07/06 e aceito para publicação em 18/12/06.