

Análise das Ações de Responsabilidade Social Empresarial Divulgadas nas Demonstrações Contábeis das Distribuidoras de Energia do Grupo Empresarial Guarani S.A. Segundo o Modelo Analítico de Hopkins

MARCELLE COLARES OLIVEIRA
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA

WILTON DE MEDEIROS DAHER
UNIVERSIDADE DE FORTALEZA

MAISA DE SOUZA RIBEIRO
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

MARCIA SUELY ALVES SAMPAIO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

RESUMO

Responsabilidade social e consumo ético são conceitos que permeiam as relações socioeconômicas no mundo moderno. O trabalho se propôs a discutir aspectos teóricos relacionados à adoção de práticas de responsabilidade social corporativa e a verificar a evidenciação de indicadores de natureza social, com base no modelo de Hopkins. Busca-se responder às seguintes questões: Quais indicadores sociais são divulgados nas Demonstrações Contábeis das distribuidoras de energia do Grupo GUARANIANA? Quais as principais ações evidenciadas pelas empresas estudadas no sentido de elevar a qualidade e o padrão técnico dos serviços que prestam aos consumidores, já que são fornecedores exclusivos desse serviço público? Trata-se de um estudo exploratório, de natureza qualitativa, realizado mediante pesquisa bibliográfica e documental, tendo sido analisadas as ações sociais das empresas estudadas, através das demonstrações contábeis e balanços sociais relativos ao exercício encerrado em 31.12.2003. Constatou-se que as empresas em estudo estão imbuídas do propósito de seguirem boas práticas empresariais, não só pelo ângulo da filantropia, mas também do ponto de vista do lado operacional, visando a oferecer bons serviços, com crescente elevação de padrão técnico, aos seus clientes-consumidores. A COELBA, CELPE e COSERN, por meio de avançadas práticas de divulgação de indicadores sociais, prestam contas à sociedade de seus negócios e de suas ações. Os prêmios que as três empresas receberam de organizações de elevada credibilidade pública são atestados que as qualificam como empresas socialmente responsáveis.

Palavras-chave: Responsabilidade social empresarial; Balanço Social; Indicadores Sociais de Hopkins.

INTRODUÇÃO

A concorrência acirrada, a mudança de postura dos consumidores, de uma posição essencialmente passiva para ativa, nas relações de negócio, bem como o crescimento exponencial da tecnologia, na segunda metade do século XX e início deste, são fatores que vêm determinando alterações radicais nos processos produtivos e nas relações organizacionais. Essas mudanças decorrem do repensar abrangente dos processos de produção, como se as organizações estivessem sendo recriadas à luz de novas tecnologias, de

novos formatos de gestão e de nova percepção da figura do consumidor ou do cliente. Toda empresa busca atingir seus objetivos, fazendo o máximo com o mínimo, garantindo a participação e permanência das empresas no mercado, de forma duradoura e com boa *performance*.

A organização, independentemente do segmento em que atue, de qualquer porte que seja, pequeno, médio ou grande, não sobrevive, nos dias atuais, sem aplicar conceitos de Ética, Transparência e Responsabilidade Social, pois a sobrevivência das corporações exige a implementação de políticas e práticas que contribuam para alcançar sucesso econômico à longo prazo em função do seu relacionamento com todas as partes interessadas.

Para Srour (1998), a responsabilidade social empresarial deve ser entendida como orientação para os outros, fruto dos interesses em jogo, daí a necessidade de equacionar questões complexas, como tornar compatíveis a lucratividade da empresa e o respeito às contrapartes.

Assim, a responsabilidade social empresarial dobra-se a múltiplas exigências que a nova sociedade impõe, nas relações de parceria entre clientes e fornecedores, na produção de qualidade, com plena satisfação dos usuários, na transparência das ações e contribuições para o desenvolvimento da comunidade, nos investimentos para o desenvolvimento da pesquisa tecnológica, na preservação do meio ambiente pela intervenção de ações não predatórias, na participação dos trabalhadores nos resultados e nas decisões das empresas, no investimento e na qualificação profissional, no respeito ao direito do cidadão, etc.

A empresa, ao ser criada, além do objetivo de ser duradoura, lucrativa e sólida, gozar de elevada reputação, pode vislumbrar a perspectiva de se inserir no mercado globalizado. O comércio internacional propicia a expansão das transações, a melhoria dos sistemas de produção e a adequação de padrões de qualidade exigidos por diferentes mercados.

É preocupação de todos os governos e empreendedores a busca de novas oportunidades, visando à realização de bons negócios e à conquista de melhor bem-estar social. Os negócios internacionais abrem portas nesse sentido, porquanto, além de fomentarem a elevação do intercâmbio comercial, induzem ao aumento da eficiência, da incorporação de novas tecnologias e conceitos de gestão e à elevação do nível de competitividade internacional.

De acordo com Oliveira et al (2004), o comércio internacional é uma força importante para o crescimento econômico e, ao mesmo tempo, contribui para o acesso às melhorias existentes, através do intercâmbio com um grande número de empresas e do contato com mercados diversificados, induzindo à reestruturação e ao aumento da eficiência empresarial.

Nesse contexto, as empresas que pretendem ganhar espaço internacionalmente, quer pela colocação de seus produtos ou venda de serviços no exterior, quer pela atração de investimentos ou financiamentos externos para fortalecer a base de sua expansão, devem adotar práticas modernas de gestão, como diferencial estratégico competitivo.

O presente estudo busca responder às seguintes indagações: Quais indicadores sociais são divulgados nas Demonstrações Contábeis das distribuidoras de energia do Grupo GUARANIANA? Quais as principais ações evidenciadas pelas empresas estudadas no sentido de elevar a qualidade e o padrão técnico dos serviços que prestam aos consumidores, já que são fornecedores exclusivos desse serviço público?

A partir desses questionamentos, foi realizada pesquisa pormenorizada, buscando testar as seguintes hipóteses: (i) se essas empresas adotam práticas de responsabilidade social, estas são evidenciadas em suas Demonstrações Contábeis e/ou em Balanço Social ; (ii) as

empresas adotam ações de responsabilidade social que buscam elevar a qualidade e o padrão técnico dos serviços prestados aos consumidores, muito embora sejam fornecedores exclusivos destes.

O trabalho se propõe a discutir aspectos teóricos relacionados à adoção de práticas de responsabilidade social corporativa e a verificar a evidenciação de indicadores de natureza social das empresas distribuidoras de energia elétrica que formam o Grupo GUARANIANA, o qual foi constituído em parceria internacional, para atuação nos Estados da Bahia (COELBA), Pernambuco (CELPE) e Rio Grande do Norte (COSERN), sendo controlado pela Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil, pelo Grupo espanhol HIBERDROLA e Banco do Brasil Investimentos.

O estudo desenvolvido tem caráter exploratório, tendo sido analisada a divulgação dos indicadores sociais de três das dez empresas que compõem o Grupo GUARANIANA, com sede na cidade do Rio de Janeiro, tendo como fonte de pesquisa as Demonstrações Contábeis e Balanços Sociais, relativos ao exercício encerrado em 31.12.2003. É, portanto, um estudo bibliográfico, documental e multicaso. Quanto à natureza, trata-se de pesquisa qualitativa

A relevância do tema decorre do crescente envolvimento empresarial em atividades de responsabilidade social, fato que se observa com expressiva nitidez, não obstante estar a merecer ampliação do debate, principalmente no âmbito acadêmico, meio em que se propaga a vigorosa ressonância do saber teórico para o ambiente empresarial e social. Na pesquisa, enfocou-se a visão positiva do papel das empresas selecionadas para análise, mediante aplicação de indicadores específicos, quanto às ações de responsabilidade social, na tentativa de explicar a motivação das empresas no tocante à conduta ética e socialmente responsável.

1. REVISÃO DA LITERATURA

1.1 Principais abordagens sobre Responsabilidade Social Empresarial

A preocupação com a responsabilidade social remonta à época da formação das organizações. Contudo sua precisão conceitual ou estruturação teórica ainda deixa muito a desejar, em todo o mundo (ARRUDA, 2001).

Segundo Machado Filho (2002), conquanto a definição de Empresa Socialmente Responsável possa parecer intuitivamente simples, existe grande complexidade na conceituação deste termo. A subdivisão da responsabilidade social, nas dimensões econômica, legal, ética e filantrópica, é importante referencial para a operacionalização destas variáveis. Entretanto, as fronteiras entre estas dimensões são tênues e, em muitas situações, sobrepostas. Acadêmicos de várias correntes de pensamento compartilham desta percepção. O consenso se desfaz quando se aprofunda o enfoque sobre a natureza dessa dimensão ética. Alguns compartilham a visão dos *stockholders* (acionista/sócio) de que os gestores têm a atribuição exclusiva de incrementar o retorno aos proprietários da empresa e devem atuar somente de acordo com as forças impessoais do mercado, ou seja, as que demandam eficiência e lucro.

Teóricos como Adam Smith, Milton Friedman, Peter Drucker, dentre outros, consideram que a missão principal da empresa é a de realizar o maior lucro possível, contanto que isto se dê em conformidade com as regras de convívio estabelecidas pela sociedade. Entendem que a empresa não tem outra obrigação social a não ser a de dar o máximo de lucro para seus proprietários.

Já, a corrente moderna de pensadores econômicos vai de encontro à visão dos *stockholders* e argumenta que, os gestores têm a função ética de respeitar os direitos e promover o bem entre todos os agentes afetados pela empresa, incluindo, neste conjunto de

agentes, os clientes, fornecedores, funcionários, acionistas ou cotistas (majoritários e minoritários), a comunidade local, bem como os gestores, que devem ser agentes a serviço deste grupo ampliado. Dessa forma, esses modernos pensadores econômicos entendem que a visão neoclássica, de que a responsabilidade social das organizações é a maximização da riqueza dos *stackholders*, deve abranger uma abordagem teórica mais ampla, incorporando os demais *stakeholders*.

1.2 Visão Moderna dos Limites da Responsabilidade Social

De acordo com o *Business Social Responsible Institute*, principal entidade mundial na área de responsabilidade social, que reuniu, em 1999, 1600 empresas que faturaram US\$ 1,5 trilhão, não existe definição unanimemente aceita para o termo responsabilidade social corporativa, mas, de forma ampla, a expressão se refere a decisões de negócios tomadas com base em valores éticos, que incorporam dimensões legais tais como, o respeito pelas pessoas, a comunidade e o meio ambiente (MACHADO FILHO, 2002).

Já o Instituto Ethos (2001) caracteriza da seguinte maneira a ação socialmente responsável das empresas:

A responsabilidade social das empresas tem como principal característica a coerência ética nas práticas e relações com seus diversos públicos, contribuindo para o desenvolvimento contínuo das pessoas, das comunidades e dos relacionamentos entre si e o meio ambiente. Ao adicionar às suas competências básicas a conduta ética e socialmente responsável, as empresas conquistam o respeito das pessoas e das comunidades atingidas por suas atividades, o engajamento de seus colaboradores e a preferência dos consumidores.

A responsabilidade social empresarial é considerada um comprometimento da empresa para com a sociedade, envolvendo atividades estratégicas para realização dos negócios, visando, desde a satisfação dos funcionários até o bem-estar da sociedade (OLIVEIRA, 2000).

Para Lourenço e Schröder (2002), a Responsabilidade Social tem despertado o interesse de altos executivos à frente das organizações. Estes esclarecem que, em 2002, foi divulgada, no Fórum Econômico Mundial, realizado em Nova Iorque, pesquisa de opinião, feita pela empresa de consultoria *Pricewaterhouse Coopers*, que ouviu 1.161 executivos-chefes de corporações, na Europa, Ásia e Américas, mostrando a importância crescente da Responsabilidade Social entre a classe empresarial:

(...) 68% concordam que a responsabilidade social das empresas é vital para a lucratividade de todas elas (...) 60% dos executivos não acreditam que a responsabilidade social corporativa deva assumir uma prioridade menor no atual clima econômico (PASSOS, 2002 apud LOURENÇO e SCHRÖDER, 2002).

1.3 Conceito de Reputação

Com o desenvolvimento do processo de globalização, um dos fatores determinantes para a sobrevivência das empresas pode vir a depender do desenvolvimento e sustentação de uma reputação favorável. Tal percepção começa a se manifestar tanto na comunidade empresarial como no meio acadêmico. Ativos intangíveis, como a reputação, tornam-se, crescentemente, a base de diferenciação entre muitos setores (MACHADO FILHO, 2002).

Zylbersztajn (2000) assinala que o empresário que desconsiderar o papel da reputação, num mercado exigente e seletivo, poderá cometer erros irreparáveis, destacando que um dos mecanismos mais importantes de controle do oportunismo é o desenvolvimento da reputação, medida como valor presente de um fluxo futuro de recursos, advindos do valor da marca e da imagem pública.

Oferecer produtos e serviços de qualidade que atendam aos interesses dos consumidores deixou de ser um diferencial, para ser apenas uma condição mercadológica. A presença do diferencial para a empresa é quando esta atua de forma socialmente responsável.

Responsabilidade social nas empresas é, pois, o comprometimento contínuo dos negócios com uma postura ética que contribua para o desenvolvimento econômico, social e ambiental, no pressuposto de que a realização das decisões empresariais tenha reflexos sobre a qualidade de vida de todos que gravitam em torno delas (ASHLEY, 2003).

1.4 A Contabilidade Social como instrumento de evidenciação das ações empresariais

As informações disponibilizadas pela Contabilidade proporcionam elementos para análise das organizações pelo público externo e interno que tenham necessidade de conhecer a situação econômica e financeira das empresas.

Com o avanço social e o desenvolvimento tecnológico, sobretudo ao longo da década de 90, aliados ao crescimento da competitividade global e à inserção do Brasil no contexto dos mercados globalizados, expuseram as empresas nacionais à concorrência externa, induzindo-as a se comprometerem com a excelência empresarial.

A Contabilidade, inicialmente vista como mero instrumento de registro e controle de atos e fatos administrativos, passou a ser vista numa dimensão muito mais ampla e útil às empresas, servindo como uma ferramenta eficaz para o gerenciamento estratégico de suas futuras ações.

Nessa visão, a empresa moderna e alinhada com o novo tempo utiliza-se da Contabilidade, em seus vários ângulos de percepção, como a Contabilidade Gerencial, a Contabilidade Criativa e a Contabilidade Social, além da Contabilidade tradicional, para formular sua estratégia de ação junto à sociedade (BROOKSON, 2001; LIMEIRA, 2003)

No âmbito da Responsabilidade Social, num sentido mais amplo, essa empresa moderna vem se utilizando de instrumentos contábeis não-obrigatórios para demonstrar às partes interessadas a sua forma de agir perante o mercado, como por exemplo: Demonstrações do Valor Adicionado, Demonstrações de Fluxo de Caixa e Balanço Social.

O Balanço Social, por seu turno, é uma das ferramentas utilizadas no sentido de se avaliar as ações socialmente responsáveis, empreendidas pelas corporações. As empresas precisam ter cuidado especial ao divulgar suas ações sociais, visto que essa prática implica em aumento de compromisso para com a sociedade (RESPONSABILIDADE..., 2003).

A idéia da divulgação do Balanço Social surgiu na França, na década de 70, e evidenciava apenas indicadores alusivos às relações de trabalho e emprego das empresas. Nas últimas três décadas, foram sendo gradativamente incorporados ao demonstrativo a demonstração do valor adicionado e as relações envolvendo a questão ambiental (OLIVEIRA et al, 2004).

No Brasil, o modelo de Balanço Social foi desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas – IBASE, em 1997. Embora não tenha divulgação obrigatória e não contenha estrutura de padronização definida, algumas empresas de grande porte já se preocupam em divulgar suas ações de cidadania nesse instrumento de informação social, como é o caso das empresas geradoras de energia do Grupo GUARANIANA.

1.5 Mercados globalizados e abertura de novos negócios

Investidores institucionais dos países de economia avançada, como os Estados Unidos, Espanha, Japão, dentre outros, querem investir cada vez mais fora de seu mercado doméstico, devido à saturação dos mercados de capital nesses países. Os países emergentes que desejam atrair esses investimentos, concorrendo com outras nações, precisam adotar práticas para seduzir e proteger os investidores internacionais (LODI, 2000, p.16).

Empresas que pretendem atrair capitais precisam aceitar e praticar normas de transparência contábil, desempenhar suas ações com probidade administrativa e prestar contas dos seus atos às partes interessadas. Sem a seriedade necessária, dificilmente as empresas aumentarão sua credibilidade e garantirão a sua sobrevivência econômica. O alinhamento de interesse faz-se necessário porque os contratos são incompletos, por natureza, e conflitos de interesse são inevitáveis. Em princípio, a empresa que adota melhores práticas gerenciais está mais credenciada a assegurar a fidelização dos seus clientes, como também a atrair investimentos diretos, financiamentos externos e negócios internacionais.

Gradativamente, o mercado globalizado está exigindo a uniformização e respectiva evidenciação de procedimentos gerenciais relativos à adoção de mecanismos de responsabilidade social e de governança corporativa, como elementos indispensáveis para o sucesso da empresa que pretenda se consolidar em mercado extremamente competitivo e inter-relacionado.

2. METODOLOGIA

Trata-se de uma pesquisa exploratória em que utilizou-se de pesquisa bibliográfica, documental e estudo multicaso. Procedeu-se à revisão da literatura sobre responsabilidade social corporativa e afins, a partir de textos selecionados de livros, artigos, dissertações, teses, periódicos, além dos colhidos da *Internet*.

Com base em dados documentais extraídos dos balanços sociais anuais das três empresas distribuidoras de energia do Grupo GUARANIANA, aplicou-se o modelo de indicadores relacionados com a Responsabilidade Social das Empresas, desenvolvido em 1997, pelo pesquisador inglês Michael Hopkins, que visa avaliar o grau de envolvimento das empresas com a adoção de ações voltadas aos interesses sociais das partes interessadas.

O Grupo GUARANIANA foi constituído em fevereiro de 1996 para participar dos leilões de privatização de que trata o Programa Nacional de Desestatização (PND), criado pela Lei 8.031, de 12.04.90. Em julho do ano seguinte, foi adquirido pela Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil (PREVI), pelo grupo espanhol IBERDROLA ENERGIA S.A. e pelo BB-Banco de Investimentos (subsidiária do Banco do Brasil), com o objetivo de ser *holding*, concentradora dos investimentos de seus sócios nos segmentos de energia elétrica e *utilities*, com foco na Região Nordeste do Brasil.

A GUARANIANA é uma sociedade de capital aberto e tem por objetivo social a participação em outras sociedades, a intermediação e assessoria de negócios, no Brasil ou no exterior, a importação de bens e serviços, além da realização de estudos e projetos comerciais, industriais e de serviços na área de plataforma energética, compreendendo distribuição, geração e prestação de serviços. Dados do balanço consolidado, encerrado em 31.12.2003, revelam ativos totais de R\$ 11.106 milhões e patrimônio líquido de R\$ 4.743 milhões, detendo a PREVI 39,6%; a IBERDROLA, 39% e o BB-Investimentos 21,4% do capital investido (GUARANIANA, 2003).

Segundo o BNDES (2004), no período de 1995/2002, foram privatizadas 20 empresas do setor elétrico, no âmbito estadual, sendo 17 distribuidoras e três geradoras. Com relação às empresas distribuidoras de energia, houve um ingresso de receita de US\$ 16.462 milhões aos cofres do Tesouro Nacional. A GUARANIANA, em consequência desse processo de privatização, na área de distribuição de energia elétrica, detém as seguintes empresas: Companhia de Eletricidade do Estado da Bahia (COELBA); a Companhia Energética de Pernambuco (CELPE) e a Companhia Energética do Rio Grande do Norte (COSERN), cujo desempenho na área de responsabilidade social, sob o ângulo dos Indicadores de Hopkins, é objeto do presente estudo.

Os indicadores de Hopkins (1997) estão subdivididos em três níveis, envolvendo análise quanto aos Princípios de Responsabilidade Social (I), Processos de Capacidade de Resposta Social (II) e Resultados/Ações de Responsabilidade Social (III). Os indicadores têm a característica de ser genéricos para todas as empresas. Para cada um dos indicadores, Hopkins propôs uma forma de medi-los, com o objetivo final de servir de base para efetuar a auditoria social da empresa estudada e contribuir no tocante à aferição do grau de responsabilidade social.

Hopkins criou indicadores para aferir perfis de responsabilidade social nas corporações, definindo nove elementos de um modelo analítico, com o objetivo de permitir a identificação e visualização das dimensões e relacionamentos de uma empresa socialmente responsável (QUEIROZ, 2001).

No presente estudo de caso, procurou-se, tanto quanto possível, aplicar o modelo de Hopkins para avaliar o nível de envolvimento das empresas selecionadas com as ações de responsabilidade social, numa dimensão que contemple princípios éticos, respeito ao arcabouço legal, finalidade econômica da empresa e ações filantrópicas. A seguir, apresenta-se a estrutura do modelo analítico de Hopkins, para melhor compreensão dos esclarecimentos pré-anunciados.

3. INDICADORES RELACIONADOS COM A RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL – Modelo de Hopkins

Quadro 1 – Indicadores relacionados com a responsabilidade social empresarial segundo o modelo de Hopkins

NÍVEL I – PRINCÍPIOS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL	
ELEMENTO	INDICADOR
❖ Legitimidade	❖ Código de Ética
❖ Responsabilidade Pública	❖ Litígios envolvendo violação das leis pela Empresa ❖ Penalidades em consequência das atividades ilegais ❖ Contribuição para inovações ❖ Criação de Empregos Diretos ❖ Criação de Empregos Indiretos
❖ Arbítrio dos Executivos	❖ Código de Ética ❖ Executivos condenados por atividades ilegais

NÍVEL II – PROCESSOS DE CAPACIDADE DE RESPOSTA SOCIAL	
ELEMENTO	INDICADOR
❖ Percepção do Ambiente	❖ Mecanismo para examinar as questões sociais relevantes para a empresa
❖ Gerenciamento dos <i>Stakeholders</i>	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Corpo analítico para as questões sociais como parte integral da elaboração de políticas ❖ Existência de Auditoria Social ❖ Relatório de Prestação de Contas sobre Ética
❖ Administração de Questões	❖ Políticas com base nas análises de questões sociais
NÍVEL III – RESULTADOS/AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL	
ELEMENTO	INDICADOR
❖ Efeito nos <i>Stakeholders</i> Internos	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Proprietários/Acionistas <ul style="list-style-type: none"> ➤ Lucratividade/valor ➤ Irresponsabilidade administrativa ou atividades ilegais ➤ Bem-estar da comunidade ➤ Filantropia corporativa ➤ Código de Ética ❖ Executivos <ul style="list-style-type: none"> ➤ Código de Ética ➤ Políticas para mulheres e minorias ❖ Funcionários <ul style="list-style-type: none"> ➤ Relações sindicato/empresa ➤ Questões de Segurança ➤ Pagamento, subsídios e benefícios ➤ Demissões ➤ Funcionários proprietários

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Efeito nos <i>Stakeholders</i> Externos 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Clientes/Consumidores <ul style="list-style-type: none"> ➤ Código de Ética ➤ <i>Recalls</i> de produtos ➤ Litígios ➤ Controvérsia pública sobre produtos e serviços ➤ Propaganda enganosa ❖ Meio Ambiente <ul style="list-style-type: none"> ➤ Poluição ➤ Lixo tóxico ➤ Reciclagem e uso de produtos reciclados ➤ Uso de etiqueta ecológica nos produtos ❖ Comunidade <ul style="list-style-type: none"> ➤ Doações corporativas para programas comunitários ➤ Envolvimento direto em programas comunitários ➤ Controvérsias ou litígios com a comunidade ❖ Fornecedores <ul style="list-style-type: none"> ➤ Código de Ética da Empresa ➤ Código de Ética dos Fornecedores ➤ Litígios/Penalidades ➤ Controvérsias públicas ❖ Organização como uma Instituição Social <ul style="list-style-type: none"> ➤ Código de Ética ➤ Litígios genéricos ➤ Processos por ações classistas ➤ Melhorias nas políticas e na legislação em decorrência de pressões da Empresa.
---	---

Fonte: Hopkins (1997).

3.1 Análise dos indicadores de responsabilidade social das empresas COELBA, CELPE e COSERN.

As empresas estudadas, COELBA, CELPE e COSERN, além, evidentemente, das publicações contábeis obrigatórias por lei, publicam os seguintes documentos não-obrigatórios: Demonstrações do Valor Adicionado, Demonstrações dos Fluxos de Caixa; e Balanços Sociais.

De maneira geral, há uma preocupação institucional com aspectos éticos e de responsabilidade social e com a documentação e disseminação desses valores. A COELBA, em razão de seu envolvimento em ações de caráter social, teve melhoria de posição no *ranking* Ethos/Abradee de Responsabilidade Social, de 11º Lugar, em 2002, para 4º lugar em 2003. A CELPE, pelo 2º ano consecutivo, foi classificada em 1º lugar na Categoria Norte-Nordeste do “Prêmio Balanço Social”, concedido pelas entidades Apimec, Aberje, Fides, Ibase e Instituto Ethos. A COSERN, por sua vez, foi credenciada em 2003 com o selo da Fundação ABRINQ, como “Empresa Amiga da Criança”, em reconhecimento pelo seu comprometimento em relação aos temas Combate ao Trabalho Infantil, Educação, Saúde, Direitos Civis e Investimento na Criança. Também, em 2003, foi premiada pela Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica (ABRADEE) como a melhor distribuidora de

energia da Região Nordeste, tendo obtido a 3ª posição na categoria “Responsabilidade Social”.

No que tange os indicadores de Responsabilidade Social Empresarial desenvolvidos no modelo de Hopkins foi constatado:

Nível I – Princípios de responsabilidade social

Princípio da legitimidade

As companhias têm Código de Ética os quais são distribuídos aos funcionários. Não ficou evidenciado, entretanto, se há treinamento específico para melhor absorção dos seus valores.

Princípio da responsabilidade pública

Os registros sobre eventuais litígios envolvendo violação das leis no que concerne às três empresas estão assinalados nas notas explicativas às Demonstrações Contábeis. No caso específico das empresas do Grupo GUARANIANA, estas fazem provisões específicas para respaldar as decisões quanto às ações ajuizadas na área trabalhista, envolvendo questionamento de pagamento de horas extras, periculosidade e enquadramento salarial; na área cível, oriundas do Plano Econômico Cruzado, de 1996 e; na fiscal, atinente ao INSS, COFINS e PIS. Os valores das provisões constituídas, em 31.12.03, e respectivos depósitos judiciais são: R\$ 118.886 mil, COELBA; R\$ 26.622 mil, CELPE; R\$ 42.140 mil, COSERN.

No tocante a contribuições para inovações observa-se que a COSERN investiu R\$ 52,3 milhões na melhoria e manutenção dos padrões de qualidade operacional e na capacidade de fornecimento de energia aos seus clientes. As três empresas aportaram recursos com P&D no total de R\$ 8.980 mil. Com relação a investimentos em capacitação e desenvolvimento profissional, os valores aplicados foram: COELBA, R\$ 1.535 mil; CELPE, 1.360 mil e; COSERN, 361 mil.

Relativamente ao número líquido de empregados, pôde-se constatar que não houve incremento na quantidade de empregados da COELBA (involuiu, de 2.884, em 2002 para 2.848, em 2003) e da CELPE (de 1.846, em 2002 para 1.771, em 2003). Apenas na COSERN houve evolução de 619 (em 2002) para 633 colaboradores, em 2003. O debate que gravita em torno do assunto refere-se, em geral, a empregabilidade de pessoas não-qualificadas, em empresas que exploram essa atividade empresarial. De outro lado, criar empregos, às vezes, pode não significar estar gerando riqueza e bem-estar social. Nas empresas sob comento, a situação torna-se crucial, visto que, na prática, não houve elevação do número líquido de empregos. Na COELBA, destaca-se um elevado número de empregados terceirizados, em 2003 (3.608 contra 2.884 empregados efetivos). As outras empresas não informaram esses dados.

Princípio do arbítrio dos executivos

Não se detectou qualquer programa de treinamento sobre o Código de Ética existente nas mencionadas companhias. Não foi evidenciada, também, informação sobre eventuais problemas de desvio de conduta por parte de seus executivos.

Nível II – Processos de capacidade de resposta social

Neste bloco existem dois indicadores relevantes relacionados à percepção do ambiente e ao gerenciamento dos *stakeholders*. Relativamente ao primeiro, este mecanismo de análise procura entender as questões sociais relevantes para a empresa, enquanto o indicador de gerenciamento das partes interessadas procura aferir as ações propriamente ditas, como parte integrante da elaboração de políticas sociais.

Das três empresas pesquisadas, apenas a CELPE investiu significativamente em programas ambientais, cujo montante atingiu a cifra de R\$ 45.086 mil, enquanto a COELBA e a COSERN despenderam, respectivamente, R\$ 8.470 mil e R\$ 1.307 mil.

Em contrapartida, os investimentos mais expressivos no setor social externo (educação, cultura, saúde e saneamento, doações, contribuições, tributos, esporte, combate à fome e segurança alimentar, etc) foram realizados pela COELBA, com R\$ 523.154 mil e COSERN, com R\$ 142.301 mil. A CELPE investiu somente a importância de R\$ 5.235 mil.

As três empresas pesquisadas demonstram estar alinhadas aos anseios sociais das áreas onde atuam, planejando suas ações enfocando a comunidade. Para planejar, coordenar e acompanhar essas ações, as empresas reportadas mantêm o Grupo de Responsabilidade Social, formado por gerentes e empregados, os quais se reúnem periodicamente e em ocasiões especiais, quando existe a necessidade de levantar informações, tabular dados, acompanhar e atender às solicitações provenientes de entidades, instituições e pesquisas.

Esse Grupo é responsável pela definição das políticas de Responsabilidade Social e avaliação das ações orientadas às diretrizes e estratégias de cada empresa. Daí, o reconhecimento público de entidades de expressão nacional, como da ABRADÉE, ABRINQ, IBASE, Instituto ETHOS, dentre outros, pelo envolvimento das empresas distribuidoras de energia do Grupo GUARANIANA.

Nível III – Resultados/ações de responsabilidade social

Efeitos nos stakeholders internos

a) Proprietário/acionistas – as informações atinentes à lucratividade e valor das empresas são facilmente identificadas e de significado universalmente aceito, nas suas demonstrações financeiras. Quanto a informações sobre ações filantrópicas direcionadas à educação, cultura, esporte e saúde, cada distribuidora alocou, em média, R\$ 3 milhões para fazer frente ao patrocínio desses programas sociais.

b) Executivos – não há registro, de aplicação, pelos executivos, do código de ética, de forma demonstrável e mensurável, na COELBA, CELPE e COSERN.

c) Funcionários – as três empresas demonstraram preocupação quanto ao exercício da cidadania organizacional. Muitas das ações, visando ao bem-estar dos seus empregados, são tomadas de forma compartilhada com os trabalhadores, como por exemplo, discussão de aspectos relacionados a padrões de segurança e de salubridade e; participação na seleção dos fornecedores. O número de acidentes de trabalho foi reduzido – COELBA, zero; CELPE, 57; COSERN, 8 casos, respectivamente. A CELPE tem em seu quadro de colaboradores 53 pessoas portadoras de deficiência física. A COSERN, por exemplo, obteve 83,4% de aprovação na segunda pesquisa de Clima Organizacional, realizada em 2003, que contou com a participação de 98% de seu quadro funcional. Nas três empresas, todos os empregados têm direito a plano de previdência privada e participam do lucro das empresas.

Efeitos nos stakeholders externos

a) Clientes/Consumidores – dois balizadores importantes norteiam o grau de satisfação dos clientes-consumidores de energia elétrica: de Duração Equivalente de Interrupção por Unidade Consumidora (**DEC**) e o Índice de Frequência de Interrupção por Unidade (**FEC**). As empresas pesquisadas têm investido, significativamente, no sentido de melhorar a qualidade dos serviços operacionais. Em 2003, A COELBA investiu R\$ 236 milhões, a CELPE R\$ 144,5 milhões e a COSERN R\$ 52,3 milhões em programa de melhoria da qualidade dos serviços ao consumidor. Em resposta, as distribuidoras do Grupo GUARANIANA apresentaram redução nos índices de DEC e FEC, conforme demonstrado

no Gráfico 1. Essa evolução é mais significativa ainda se comparada com o ano da privatização (1997 para a COELBA e COSERN e 2000 para a CELPE).

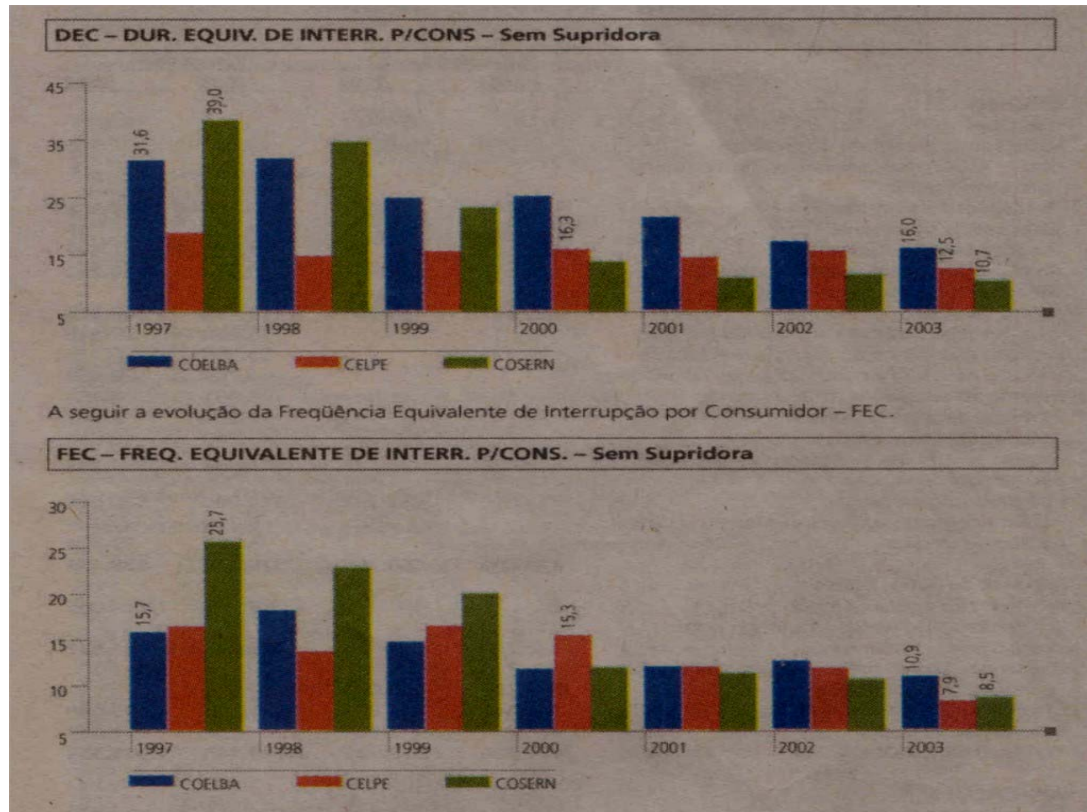


Gráfico 1 – Evolução dos índices de DEC e FEC (1997 a 2003)

Fonte: GUARANIANA, 2003.

A busca pela excelência na qualidade dos serviços prestados pelas três distribuidoras pode ser avaliada pela evolução dos principais indicadores DEC e FEC. Na COELBA, o índice DEC foi 8,3% inferior ao do ano de 2002, significando redução de 17,40 horas para 15,96 horas, entre 2002 e 2003. O FEC foi inferior a 12,3%, em comparação ao mesmo ano, ou seja reduziu-se de 12,43 vezes para 10,90 vezes, no mesmo período. Na CELPE, O DEC caiu de 15,54 horas, em 2002, para 12,54 horas em 2003, com melhoria de 19,31% e o FEC passou de 11,73 em 2002 para 7,91, em 2003, com ganho de 37,57%. Na COSERN, o DEC caiu de 11,55 horas, em 2002, para 10,65 horas em 2003 com melhoria de 7,79%, enquanto o FEC passou de 10,56 vezes, em 2002, para 8,50 em 2003, com ganho de 19,51%.

Visando a oferecer maior conforto aos usuários-consumidores, as três empresas investiram em programas direcionados ao atendimento do cliente, quer por telefone via 0800 (chamada gratuita), quer pela internet (Agência *Online*), quer por meio de terminais de auto-atendimento, além de manter pontos de atendimento pessoal nos principais bairros das cidades onde atuam.

b) *Meio ambiente* – as empresas, objeto do estudo, desenvolvem programas de preservação ambiental, tais como: publicação de Cartilhas do Meio-Ambiente, para distribuição em comunidades carentes; implantação de programa de coleta seletiva de lixo, com recolhimento e envio para reprocessamento; rearborização de edifícios do Grupo; realização de estudos de impacto ambiental visando modificações nos critérios e padrões de construção de subestações, mais compactas, de linhas de transmissão, com postes mais altos e, redes de distribuição que possibilitem menor desmatamento e melhor convivência com as árvores, diminuindo a necessidade de cortes e podas; implantação de viveiro com mudas para reflorestamento de áreas rurais, substituição de lâmpadas de vapor de mercúrio e

incandescentes por lâmpadas a vapor de sódio; implantação de programas de coleta de sobras de fios e cabos de cobre e alumínio nas atividades de construção de linhas de redes, visando à limpeza de área e o reaproveitamento desses materiais; implantação de central de tratamento de óleo mineral isolante, com recolhimento e reprocessamento de todos os resíduos de óleo durante as atividades de manutenção e montagem de equipamentos elétricos que o utilizam como meio isolante; implantação de programa de coleta de baterias inservíveis de celulares, de subestação e automotivas e envio para reprocessamento.

c) *Comunidade* – as empresas pesquisadas têm envolvimento direto com as comunidades onde atuam, por meio de projetos específicos, a saber: menino-cidadão; casa de menor trabalhador; oficinas de arte para menores carentes; programa de voluntariado; do desenvolvimento da cultura e do esporte, através de patrocínios diretos; programas educativos visando ao consumo racional da energia elétrica; doação de lâmpadas econômicas a comunidades carentes; treinamento em conselhos comunitários sobre o uso eficiente de energia; doação de bibliotecas a comunidades pobres, além de outras ações sociais em parceria com entidades beneficentes, como Instituto dos Cegos, Instituto do Câncer, além de creches, escolas públicas do ensino fundamental e, etc. As empresas também organizam e incentivam seus empregados a participarem de programas de trabalho voluntário.

d) *Fornecedores* – não há maiores informações sobre os relacionamentos comerciais, formais ou informais com os fornecedores, exceto programa de palestras destinadas a empreiteiros e prestadores de serviços, abordando aspectos relacionados a planejamento tributário, código de ética e política de preservação ambiental. Na seleção dos fornecedores, são exigidos os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pelas companhias.

Efeitos institucionais externos

As empresas sob análise demonstram ter forte influência política nas comunidades e regiões onde atuam, em razão do bem indispensável e serviços que oferecem aos consumidores, o que as instrumentaliza para interferir em várias esferas do poder da vida social. O contato direto com entidades governamentais enseja, de um lado, elevado nível de responsabilidade de suas ações no campo técnico-institucional e, de outro, maior grau de envolvimento com programas de interesse da coletividade, alguns deles de inspiração dos próprios governos estaduais ou municipais. Ficou evidenciado que, além de expressivos pagadores de impostos, as distribuidoras do Grupo GUARANIANA mantêm permanentemente programas assistenciais a setores sociais onde desenvolvem sua missão.

3.2. Considerações finais sobre a aplicabilidade do modelo de Hopkins

Os indicadores dos níveis I e II, de modo geral, são obtidos nos Balanços Sociais e nos Relatórios da Administração das empresas pesquisadas. Não há, entretanto, informações pormenorizadas quanto ao Código de Ética. Com relação às informações sobre litígios diversos (área trabalhista, tributárias, etc), as informações são muito genéricas, limitando-se a informar valores alocados para fazer face aos resultados das decisões judiciais de ações em curso. Com relação à criação de empregos líquidos, as informações prestadas são bastante claras e mostram uma tendência de pouca perspectiva quanto à criação de postos de trabalho em número significativo.

Não ficou evidenciada a existência de uma auditoria social em nenhuma das empresas investigadas nem existe um relatório específico de prestação de contas sobre ética. As três empresas demonstram o propósito de envolver o corpo de colaboradores em suas políticas de ações sociais.

Relativamente ao nível III do modelo, os indicadores de desempenho financeiro, como lucratividade/valor das empresas e outros e de interesse maior para os proprietários, acionistas, credores, etc, podem ser facilmente obtidos a partir das demonstrações financeiras. No que se refere a aspectos de natureza trabalhista, relação com entidades sindicais e posição no *ranking* pertinente a salário, subsídios, benefícios, não há registro específicos sobre a matéria. Contudo, podem-se obter esclarecimentos pertinentes junto aos sindicatos dos trabalhadores de cada Estado, ligados às referidas companhias. Indicadores concernentes a questões legais e jurídicas, como litígios, processos, multas e controvérsias públicas que envolvem a empresa não são pormenorizados. Por ser assunto que envolve muitas variáveis, depreende-se ser um tema complexo de se abordar. Os outros indicadores podem ser objeto de avaliação por meio do contato com os executivos das mencionadas empresas.

CONCLUSÃO

Nos dias atuais, as empresas são pressionadas a saber e a considerar o que lhe acontece em volta, fora dos muros limítrofes de seus aglomerados econômicos. Ser duradoura e lucrativa, já não é o bastante para conquistar uma posição no comércio internacional, comprometido com a melhoria dos sistemas de produção e respondendo, positivamente, aos padrões de qualidade exigidos pelos mercados globais. A via de cumprimento dessas exigências está precisamente no que se pode chamar de Responsabilidade Social.

O bem-estar social atrelou-se à realidade do planejamento de uma empresa do terceiro milênio. Se esta não mobilizar um intercâmbio com todo um complexo de outras empresas, firmando contato com mercados diversificados, investindo na prática de responsabilidades sociais em sentido amplo, pode-se dizer que tal empresa não encontrará estabilidade, sucesso e perpetuidade.

Todo o problema reside em que esta entidade venha a se obrigar à análise de se fatores como o meio-ambiente e a ação social estão sendo atendidos por ela, não a título de assistencialismo clientelista, mas através de compartilhamento com projetos de reflorestamento, turismo ecológico e sustentável, oficinas de reciclagem do lixo urbano, programa de incentivo à Arte, e tantas outras iniciativas que, ao serem divulgadas, trazem, indiretamente, a lucratividade em termos de clima econômico ou de real crescimento.

Nessa direção, os modelos analíticos de verificação de aplicabilidade de práticas de responsabilidade, como o Modelo de Hopkins, dentre outros, são instrumentos importantes para avaliar o grau de envolvimento das empresas que pretendem se alinhar com as exigências dos novos tempos empresariais.

No caso específico estudado, constatou-se com nítida clareza que as empresas distribuidoras de energia do Grupo GUARANIANA estão imbuídas dos propósitos de seguirem as boas práticas empresariais, não só pelo ângulo da filantropia, mas também do ponto de vista do lado operacional visando a oferecer bons serviços, com crescente elevação de padrão técnico, aos seus clientes-consumidores. Os prêmios que as três empresas receberam de organizações de elevada credibilidade pública são atestados que as qualificam como empresas socialmente responsáveis. A COELBA, CELPE e COSERN, por meio de avançadas práticas de divulgação de indicadores sociais, prestam contas à sociedade de seus negócios e de suas ações, confirmando-se, desta forma, as hipóteses levantadas para este trabalho.

À guisa de sugestão para outras pesquisas, propõe-se estudo semelhante relativo às outras empresas distribuidoras de energia que atuam nos demais estados do Nordeste

brasileiro, Maranhão, Piauí, Ceará, Paraíba e Sergipe, as quais também foram privatizadas e algumas contaram com a participação de capital estrangeiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASHLEY, Patrícia Almeida (Coord.). **Ética e responsabilidade social nos negócios**. São Paulo: Saraiva, 2003.

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de. **Fundamentos de ética empresarial e econômica**. São Paulo: Atlas, 2001.

BROOKSON, Stephen. **Como entender a Contabilidade**. Tradução Anna Quirino. São Paulo: Publifolha, 2003.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL – BNDES. Histórico das privatizações. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br>>. Acesso em: 24 abr. 2004.

DRUCKER, Peter F. *La gerencia, tareas, responsabilidades y practica*. Buenos Aires: El Ateneo, 2002.

GUARANIANA (Brasil). Relatório da Administração; Demonstrações Contábeis e Financeiras. Rio de Janeiro: 2003.

HOPKINS, Michael. *Difining indicators do assess socially responsible enterprises*. Kidlington: Futures, 1997.

INSTITUTO ETHOS. **Guia de elaboração de relatório e balanço anual de responsabilidade social empresarial**. São Paulo: Instituto Ethos, 2001.

LODI, João Bosco. **Governança corporativa: o governo da empresa e o Conselho de Administração**. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

LOURENÇO, Alex Guimarães; SCHRÖDER, Débora de Souza. **Vale investir em responsabilidade empresarial? Stakeholders, ganhos e perdas**. Rio de Janeiro. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Engenharia de Produção da Universidade do Rio de Janeiro, 2000.

MACHADO FILHO, Cláudio Antonio Pinheiro. **Responsabilidade social corporativa e a criação de valor para as organizações: um estudo multicase**. Tese (Doutorado). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo/USP, 2002.

OLIVEIRA, Manfredo A de. **Correntes fundamentais da ética contemporânea**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

OLIVEIRA, Marcelle Colares et al. Responsabilidade social corporativa e negócios internacionais: um estudo das empresas baianas. In: XVII CONGRESSO DA SOCIEDAD LATINOAMERICANA DE ESTRATÉGIA – SLADE, 2004, Itapema, Santa Catarina, Brasil. **Anais...** Santa Catarina: SLADE, 2004.

QUEIROZ, Adele. **A utilização de indicadores de responsabilidade social das empresas.** Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas). São Paulo: Fundação Getúlio Vargas, Escola de Administração de Empresas, 2001.

RESPONSABILIDADE eficiente: avaliação deve ser prática empresarial. **Jornal O Povo**, Fortaleza: Caderno de Economia, 27.07.2003.

SEN, A. *On ethics and economics*. Oxford, Blackwell: 1987.

SROUR, Robert Henry. **Poder, cultura e ética nas organizações.** Rio de Janeiro: Campus, 1998.

ZYLBERSZTAJN, Decio. **A organização ética:** um ensaio sobre as relações entre ambiente econômico e o comportamento das organizações. Working Paper. Texto base de aula de erudição para obtenção do título de professor titular. São Paulo. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade/USP, 2000.