

# Ações de responsabilidade social evidenciadas no balanço social: um estudo de caso

Ana Carolina Silva Rocha  
Elizabete Marinho Serra Negra

## RESUMO

Ações voluntárias por parte de empresas contribuem para uma sociedade mais justa e um ambiente mais limpo. O interesse pelos benefícios gerados não apenas para os proprietários das organizações é o conceito real de responsabilidade social. Diante disso, o objetivo geral deste trabalho é analisar o grau de comprometimento de ações de responsabilidade social da Companhia Energética de Minas Gerais – CEMIG tendo como parâmetro o valor patrimonial da empresa. A princípio, houve a necessidade de se discutir o conceito de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) tanto do ponto de vista social quanto econômico. O entendimento desses conceitos é fator preponderante para avaliar ações e projetos de RSE desenvolvidos pela organização. Foram utilizados indicadores para determinar o grau de comprometimento da empresa para com a sociedade. Trata-se de pesquisa exploratória do tipo estudo de caso. Os dados foram coletados no próprio site da companhia, por meio dos relatórios publicados. O resultado obtido surgiu após estudos dos investimentos da instituição em seus investidores, empregados, fornecedores, sindicatos, associações empresariais, comunidades onde a empresa tem operações, governos locais, organizações sem fins lucrativos. Concluiu-se, assim, a necessidade de mais investimentos visto que o grau de poder da companhia é de grande dimensão e seu lucro totalmente superior à porcentagem distribuída com o meio no qual está inserida.

## 1 INTRODUÇÃO

Na década de 1960, época na qual o mundo vivia a Guerra do Vietnã, surgiu um grande movimento de boicotes nas compras de produtos e ações de empresas relacionadas ao conflito (INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2009). Com isso, a sociedade começou a exigir uma nova postura ética fazendo com que várias empresas passassem a prestar contas de suas ações e objetivos sociais. Uma estratégia para as empresas responderem a essa exigência foi a adoção da Responsabilidade Social Empresarial (RSE).

A RSE foi a maneira encontrada pelas organizações para deixar de pensar e agir apenas em benefício próprio, passando a se preocupar com o meio no qual estão inseridas. Esse somatório de atitudes é voltado para o desenvolvimento sustentado da sociedade.

Não há nenhum tipo de obrigatoriedade na apresentação das empresas em fornecer um relatório que reúna informações de atividades e programas desenvolvidos, juntamente com seus funcionários e/ou a sociedade, com dados financeiros e econômicos, sob o aspecto social.

Tecnicamente, conforme Vieira (2006, p. 37), “o primeiro Balanço Social foi realizado na França, pela empresa Singer, em 1972, e, em 1977, naquele mesmo país, foi aprovada a lei que o tornava obrigatório para as empresas com mais de setecentos empregados”. A partir daquele momento, em função das preocupações sociais e ambientais, o Balanço Social passou a ser um instrumento contábil conhecido em todo o mundo.

Com essas práticas as empresas têm alcançado alguns benefícios, aqui considerados ganhos empresariais, com investimentos em projetos sociais que são capitalizados à sua imagem institucional. Beneficiar sua imagem/marca com o compromisso educativo e social, melhorar o reconhecimento interno e externo e ampliar a percepção do valor de sua organização são exemplos

desses benefícios. Obter incentivo fiscal e reconhecimento da sociedade por participação na mudança para fazer uma sociedade mais moderna, justa e democrática também tem demonstrado ser uma grande vantagem da prática de responsabilidade social. Cabe salientar que o cenário de desigualdades sociais obrigou a repensar os modelos de desenvolvimento econômico, social e ambiental trazendo uma cobrança do posicionamento das empresas, para apresentar respostas que seguem na direção de um modelo de desenvolvimento sustentável, surgindo a cultura da responsabilidade social corporativa que começa a ser inserida nesse cenário. Há um reconhecimento crescente, em níveis internacionais, de que o impacto da atividade econômica sobre as comunidades pobres tem importante resultado social e ambiental. Nesse sentido, há percepção de que as empresas têm papel essencial a cumprir, juntamente com os governos e a sociedade civil, na solução da imensa desigualdade.

Assim, aponta-se que, dentro desse contexto, a Responsabilidade Social Empresarial vem se tornando cada vez mais um fator decisivo para o crescimento e sobrevivência das empresas, evidenciando que o papel destas no desenvolvimento local deve ser debatido a partir de uma concepção mais sistêmica, superando a ideia tradicional de que seu papel se resume na geração de riquezas, de empregos e pagamento de impostos.

Diante do exposto, elegeu-se o seguinte problema de pesquisa: Qual o grau de comprometimento da Companhia Energética de Minas Gerais – CEMIG em ações de responsabilidade social tendo como parâmetro o valor de investimento em relação ao patrimônio líquido?

Desse modo, este trabalho objetiva analisar o grau de comprometimento de ações de responsabilidade social da CEMIG tendo como parâmetro o valor da receita líquida nos períodos de 2008 e 2009.

## 2 EVOLUÇÃO HISTÓRICA DE RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

Em 1899, na França, Carnigie, fundador do conglomerado U.S Steel Corporation, estabeleceu dois princípios às grandes empresas (KARKOTLI, 2004, p. 59). O primeiro era o da caridade, que exigia aos membros mais afortunados da sociedade ajudar grupos menos favorecidos; e o segundo, o da custódia, pelo qual as empresas deveriam cuidar e multiplicar a riqueza da sociedade.

Nos Estados Unidos, em 1919, Henry Ford contrariou um grupo de acionistas ao reverter parte de seus lucros em capacidade produtiva, aumento de salários e constituição de fundo de reserva. Contudo, a justiça americana posicionou-se contrária à atitude de Ford, alegando que os lucros deveriam favorecer apenas os acionistas. Dez anos mais tarde, na Alemanha, a Constituição da República de Weimar passou a aceitar que as empresas, como pessoas jurídicas, assumissem uma função social basicamente em ações de caráter filantrópico.

Em 1953, a Justiça americana julgou um caso semelhante ao de Ford, mas neste a decisão foi favorável à doação de recursos para a Universidade de Princeton, contrariando assim mais uma vez os interesses de um grupo de acionistas e estabelecendo uma brecha para o exercício da filantropia corporativa.

Já na década de 1960, com o conflito do Vietnã, a sociedade se manifestou contra a produção e uso de armamentos bélicos e principalmente armas químicas. As organizações passaram a não poder mais vender o que desejavam, criando-se assim um novo contexto econômico na década de 1970, com o aumento dos custos de energia, a exigência de mais investimentos para reduzir a poluição e foco na proteção dos consumidores; no entanto, tal contexto fez com que as empresas buscassem ações que maximizariam os lucros, deixando de lado as responsabilidades sociais (KARKOTLI, 2004, pp. 59 e 60).

### 2.1 Responsabilidade Social Empresarial: definição e finalidade

Com a crescente conscientização por parte da sociedade, o modelo tradicional da atuação empresarial vem se modificando; com isso, obter lucro sem levar em consideração a comunidade deixa de existir. Por meio de pressões, a sociedade começa a questionar duas áreas distintas: a de natureza ecológica para proteção do meio ambiente natural e outra ligada aos direitos e à proteção do consumidor.

Porém, mais que isso, a Responsabilidade Social Empresarial que a organização tem por obrigação pode ser identificada através de muitos outros aspectos. Em primeiro lugar, para justificar os recursos financeiros, humanos e materiais utilizados pelo empreendimento, deve-se ter a geração de valor para seus agentes internos (proprietários, investidores e colaboradores). Depois, passando esse valor para a sociedade, nela identificados governo, consumidores e o mercado como um todo, disponibilizando bens e serviços adequados, seguros e de algum significado para melhorar a vida das pessoas. Prestar informações confiáveis, promover a comunicação eficaz e transparente entre colaboradores e agentes externos e recolher tributos devidos também se classificam como uma obrigação, visto que esses pon-

tos refletem diretamente a imagem de credibilidade das empresas.

Contudo, também há a preocupação de racionalizar ao máximo a utilização de recursos naturais e adotar medidas de proteção e preservação do meio ambiente, identificar parcerias com outros dirigentes e colaboradores, enquanto cidadãos, na solução de problemas da comunidade.

Para ajudar no desenvolvimento da sociedade, formam-se parcerias com outros organismos, de governos e da sociedade civil, que identificam deficiências e promovem o desenvolvimento das comunidades onde estão instalados. Além de transacionar de forma ética em toda a cadeia de relacionamento e outras partes interessadas como fornecedores, colaboradores, clientes, entidades associativas e representativas, governo, entre outras. A seguir, no Quadro 1, os principais conceitos de Responsabilidade Social Empresarial.

Autores	Conceituação
Bowen (1943)	Obrigação do empresário de adotar políticas, tomar decisões e acompanhar linhas de ação desejáveis, segundo os objetivos e valores da sociedade.
Petit (1976)	Ética do lucro dando lugar à ética da responsabilidade social: demandas sociais que não podem ser satisfeitas pelas técnicas tradicionais de gerência empresarial, ou seja, com funções especificamente econômicas.
Friedman (1970)	Responsabilidade social é um comportamento antimaximização de lucros, assumido para beneficiar outros que não os acionistas. Portanto, existe somente uma responsabilidade para a empresa: utilizar seus recursos e organizar suas atividades com o objetivo de aumentar seus lucros, seguindo as regras do jogo de mercado.
Kugel (1973)	Desenvolvimento do conceito de responsabilidade social: acompanhou a própria evolução dos programas sociais estabelecidos pelas empresas americanas. Os executivos passaram a aceitar a necessidade de realizar certas ações e procuraram fazer com que fossem componentes regulares das operações das empresas.
Zenisek (1979)	Responsabilidade social como uma preocupação das empresas com as expectativas do público. Seria a utilização de recursos humanos, físicos e econômicos para fins sociais mais amplos, e não simplesmente para satisfazer interesses de pessoas ou organizações em particular.

Quadro 1 – Síntese conceitual de responsabilidade social

Fonte: Adaptado de Montana e Charnov (2003, p. 39)

Na área contábil já se encontram vários pesquisadores da matéria que definem Responsabilidade Social Empresarial, entre eles Kroetz. Para o autor:

O conceito de responsabilidade social corporativa pressupõe que a organização não seja somente um agente econômico, produtor de riqueza e gerador de lucros, mas também a geração do bem-estar, o desenvolvimento da comunidade onde atua, a sua colaboração na preservação do meio ambiente e a criação de condições de trabalho favoráveis (KROETZ, 2003, p. 6).

Kroetz (2003, p. 7) ainda ressalta que “as organizações que incorporam a cultura da responsabilidade social, acabam transformando-a em uma espécie de ativo intangível, quase sempre oculto, cujo valor a contabilidade financeira, até o momento, é incapaz de registrar”.

Matos (2005), com muita propriedade, lembra o economista Milton Friedman, ganhador do prêmio Nobel, que defendia uma ética minimalista. Por diversas vezes, ele repetiu que a única responsabilidade social das empresas é a maximização dos lucros e que sua função é produzir.

Montana e Charnov (2003, p. 38) explicam que os argumentos teóricos contra a responsabilidade social, na visão de Friedman, são:

1 – Essa é a função maior do governo; ao vincular empresa ao governo, criará uma força poderosa demais na sociedade e, em última instância, comprometerá o papel do governo na regulamentação da empresa.

2 – A empresa precisa medir o desempenho, e os programas de ação social muitas vezes não conseguem medir índices de sucesso. Geralmente há um conflito inerente entre o modo como a empresa funciona e o modo como operam os programas sociais.

3 – A função da empresa é maximizar lucros. Assim, exigir que recursos sejam destinados a programas de ação social viola essa meta empresarial, uma vez que ela reduz os lucros.

4 – Não há razão para supor que os líderes empresariais tenham a capacidade de determinar o que é interesse social. Cientistas sociais e administradores do governo muitas vezes não conseguem chegar a um acordo sobre metas de interesse social.

É preciso um pensamento mais sólido, pois, para algumas organizações, trata-se de procurar fazer o bem apoiando qualquer causa digna de admiração; para outras, apenas de construir uma boa reputação com divulgações através de suas campanhas publicitárias. Contudo, o resultado não é favorável, porque ocorre uma defasagem no impacto social daquilo que se faz e uma opinião pública desconfiada da seriedade de tais propósitos.

Milton Friedman acreditava que, com a obtenção de lucros, a sociedade já se beneficiaria com novos empregos, salários justos que melhorariam a vida de seus funcionários e suas condições de trabalho, além de contribuir para o bem-estar público pagando seus impostos. Isso porque, segundo ele, retirar recursos para ações sociais prejudicaria em grande medida as organizações (FRIEDMAN, 1997).

Para Keith Davis (*apud* MONTANA; CHARNOV, 2003, p. 40):

A responsabilidade social anda de mãos dadas com o poder social, e já que a organização é a maior potência do mundo contemporâneo, ela tem a obrigação de assumir uma responsabilidade social correspondente. Por sua vez, a sociedade que deu esse poder às organizações, pode chamar a organização para prestar contas pelo uso desse poder.

Montana e Charnov (2003, p. 40) ressaltam os argumentos teóricos em favor da responsabilidade social na visão de Keith

Davis, pois, teoricamente, o maior interesse da empresa seria melhorar as comunidades em que estão inseridas e nas quais fazem negócios e que a melhoria nos ambientes comunitários, em última instância, reverteria em benefício da empresa. Os autores mostram que programas de responsabilidade social ajudam a evitar pequenas dificuldades que talvez viessem a se tornar grandes problemas, sendo, em última análise, um benefício à sociedade e à empresa. Priorizam que ser socialmente responsável é a coisa ética e/ou correta a fazer, demonstrando sensibilidade a questões sociais que ajudarão a evitar intervenção governamental na empresa e que o sistema de valores mais generalizado é a tradição judaica cristã, pois incentiva fortemente atos de caridade e a preocupação social.

A relação custo *versus* benefício mostra a evolução das visões que definem a Responsabilidade Social Corporativa. A visão clássica corresponde à visão primária, pois as empresas consideram que as ações de responsabilidade social não geram valor para a organização e, portanto, não devem ser desenvolvidas. Na visão socioeconômica considera-se que a função e o objetivo da empresa são a maximização do valor para o acionista, podendo as ações ajudar nessa geração de valor; no entanto, nesse contexto, as ações de responsabilidade social podem-se justificar, inclusive quando a direção mantém uma visão reduzida a respeito. A visão filantrópica defende as ações de responsabilidade social mesmo que não tragam retornos para a empresa, ao contrário da visão moderna que trata de uma perspectiva segundo a qual a empresa mantém uma relação ampla com a sociedade e obtém benefícios líquidos de curto e longo prazo.

A maneira de ver o investimento demonstra as razões de considerar as ações sociais como mera despesa; porém, tais ações passaram a ser fundamentais para o crescimento econômico de um país e para a diminuição das suas diferenças socioeconômicas.

A RSE deve fazer parte da estratégia da organização, e com isso, ser inserida na missão, nos valores, princípios e política da empresa. Essa incorporação da RSE na cultura empresarial somente acontecerá em longo prazo; dessa forma, a estratégia organizacional estará mais apta a desenvolver planos de ações que identifiquem quais os grupos de interesse prioritários, quais as questões sociais e ambientais de maior relevância para evitar perdas de reputação e imagem corporativa.

Cada vez mais se percebem empresas privadas procurando atuar como agentes de desenvolvimento. Além de venderem bens e serviços, preocupam-se em mostrar responsabilidade pelo contexto socioambiental em que realizam suas atividades, mantendo um bom relacionamento com os seus *stakeholders* (GOLDSTEIN, 2007, p. 7).

Uma nova concepção de responsabilidade social emergiu e pautou-se pelo reflexo dos objetivos e valores da sociedade. Houve o entendimento de que as companhias estão inseridas em ambiente complexo, em que suas atividades influenciam ou têm impacto sobre diversos agentes sociais, comunidade e sociedade (TENÓRIO, 2006, p. 20). Conforme o autor, os fundamentalistas diziam que qualquer desvirtuamento dessa finalidade acabaria gerando impacto sobre os consumidores e, conseqüentemente, sobre a sociedade.

Na sociedade pós-capitalista, o conceito de responsabilidade social amplia-se instituindo uma nova visão que vai além da obrigação com os acionistas e passa a incluir outros grupos constituídos na sociedade. Assim, como considera Druker (1989 *apud* KARKOTLI; ARAGÃO, 2004, p. 52), a empresa deve assumir responsabilidade por eventuais impactos causados por tudo e por todos.

Portanto, as visões de Responsabilidade Social Corporativa são inúmeras. Conforme Melo Neto e Froes (2004, p. 39), trata-se de um conjunto de valores que se deve ter, atitude e comportamento empresarial ético e responsável, visando o exercício de capacitação profissional como estratégia de integração social, exercício de consciência ecológica, promotora da cidadania individual e coletiva, forma social de inserção na comunidade, valorização dos produtos/serviços, recursos humanos, colocando as ações da empresa como agregação de valor, *marketing* institucional, e obtendo grande círculo de relacionamento e postura estratégica empresarial.

## 2.2 Principais indicadores de responsabilidade social

A seguir serão explicados os principais indicadores de responsabilidade social, visto que constituem uma ferramenta prática muito importante no mercado atual, sendo eles: Balanço Social, SA 8000, AA 1000, Global Compact, Indicadores Ethos de Responsabilidade Social e Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

Balanço Social – demonstra publicamente um conjunto de informações sobre projetos, benefícios e ações sociais dirigidos aos empregados, investidores, acionistas e à comunidade, dando transparência às atividades que buscam melhorar a qualidade de vida para todos. Esse instrumento evidencia a responsabilidade social em valores monetários direcionados às ações sociais, ou seja, apresenta os montantes investidos em tais ações. (KARKOTLI, 2004, p. 121)

SA 8000 – norma composta por nove requisitos, tendo como referência os padrões de gerenciamento ISO 9000 e ISO 14000. A norma SA 8000 segue a estrutura que enfatiza a importância da melhoria contínua por meio de auditoria por órgão independente. Focaliza principalmente a busca de fornecedores éticos aumentando a cadeia produtiva socialmente responsável (KARKOTLI, 2004, p. 122). As principais especificações da Norma SA 8000 são o objetivo e o escopo, pois visam capacitar a empresa para desenvolver, manter e reforçar todos os assuntos de que ela possui controle e de que obtém alguma influência. Demonstrar se todos os procedimentos e práticas estão em conformidade com os requisitos e fazer com que as regras se apliquem de forma universal a qualquer organização que deseje implementar as práticas também faz parte da Norma SA 8000. Ainda é exigido que se cumpram todas as leis nacionais como a Constituição Federal, Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), frisando-se o respeito a todos os princípios dos seguintes documentos: Declaração Uni-

# Você quer acompanhar as mudanças do mercado contábil, mas não encontra a ferramenta IDEAL?

Fique tranquilo. Ela está pertinho de você!

Nasajon Sistemas, há 15 anos em Minas Gerais, oferecendo o melhor software de gestão contábil para você.

### Visite nosso escritório:

Rua Arthur de Sá, 911/5º andar - União - Belo Horizonte - MG

Representante de vendas:



(31) 3213-4931

www.apontorapido.com.br



www.nasajon.com.br



versal dos Direitos Humanos; Convenção das Nações Unidas dos Direitos da Criança; Organização Internacional do Trabalho (OIT).

AA 1000 – processo direcionado a dar suporte às organizações no gerenciamento e na comunicação da responsabilidade social. Focaliza as opiniões e necessidades dos *stakeholders* que devem integrar o processo, orienta o estabelecimento de metas organizacionais que respeitam os interesses de cada parte e sugere indicadores de desempenho para avaliação dessas metas (KARKOTLI, 2004, p. 122). Desenvolvido pelo *Institute of Social and Ethical Accountability* – ISEA, sua missão é promover e dar suporte a todas as organizações nas atividades de implementação de sistemas de gestão éticos e socialmente responsáveis. A gestão baseada em princípios de qualidade e ética garante não só a imagem da empresa quanto aos relatórios produzidos e divulgados, mas também confiabilidade e transparência.

*Global Compact* – trata-se de iniciativa desenvolvida pela Organização das Nações Unidas (ONU), com o objetivo de mobilizar a comunidade empresarial internacional para a promoção de valores fundamentais nas áreas de direitos humanos, trabalho e meio ambiente. Essa iniciativa conta com a participação das agências das Nações Unidas, empresas, sindicatos, organizações não governamentais e demais parceiros necessários para a construção de um mercado global mais inclusivo e igualitário. (GLOBAL, 2010; KARKOTLI; ARAGÃO, 2004, p. 122). Não é um instrumento regulatório, um código de conduta legalmente obrigatório ou um fórum para policiar as políticas e práticas gerenciais. Também não é um porto seguro para as empresas participarem sem demonstrarem real envolvimento e resultados. Trata-se de iniciativa voluntária que procura fornecer uma estrutura global para a promoção do crescimento sustentável e da cidadania, através de lideranças corporativas comprometidas e inovadoras.

Indicadores Ethos de Responsabilidade Social – ferramenta de diagnóstico organizacional que avalia o estágio em que se encontram as práticas de responsabilidade social nas empresas, facilitando a visualização das ações mais urgentes que devem ser trabalhadas, bem como o posicionamento da organização perante um grupo de *benchmark* (KARKOTLI; ARAGÃO, 2004, p. 122). Tornando-se uma preocupação cada vez maior, um grupo de empresários e executivos da iniciativa privada fundou o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, sendo um polo de organização de conhecimento, para trocarem experiências e desenvolverem ferramentas que conseguissem auxiliar a empresa em suas práticas de gestão e aprofundarem seu compromisso com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável. Com essa nova visão adicionando às suas competências básicas um comportamento ético e socialmente responsável, as empresas conseguiriam adquirir o respeito não apenas das pessoas e das comunidades que são abrangidas pelas suas atividades, como também serem gratificadas com o reconhecimento e o engajamento de seus colaboradores e a preferência dos consumidores (INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2008, 2010).

Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) – criou uma norma de responsabilidade social (ABNT – NBR 16001, 2004) que envolve todo o sistema de gestão organizacional. A NBR 16001 foi desenvolvida para saciar os anseios dos em-

presários brasileiros, por ser a única que poderá certificar as organizações que venham a implantá-la.

### 3 METODOLOGIA

Com relação ao seu objetivo a pesquisa é de caráter exploratório, uma vez que irá proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

No que se refere à técnica será o estudo de caso, visto ser de grande necessidade obter informações do comportamento das empresas, uma variável que merece ser avaliada pela própria sociedade, sendo que a mesma está determinada em exercer seus direitos e questionar posturas empresariais que não se preocupam com a qualidade de vida do meio. Todas as informações necessárias para o estudo serão extraídas do Balanço Patrimonial e do Balanço Social da empresa pesquisada, informações estas disponibilizadas no próprio site da companhia. Será feita uma comparação dos anos de 2008 e 2009.

### 4 ESTUDO DE CASO

#### 4.1 Companhia Energética de Minas Gerais – CEMIG

Com o slogan “A melhor energia do Brasil” a CEMIG atua nas áreas de geração, transmissão e distribuição de energia elétrica e soluções energéticas. O grupo, com ativos e negócios em vários estados do Brasil, é constituído por 49 empresas e 10 consórcios, sendo controlado por uma *holding* (forma de oligopólio na qual é criada uma organização para administrar um grupo de empresas que se unem com o intuito de promover o domínio de determinada oferta de produtos e/ou serviços). Possui também investimentos em distribuição de gás natural, transmissão de dados e está construindo uma linha de transmissão de energia elétrica no Chile (CEMIG, 2010).

Na área de distribuição, a CEMIG hoje é responsável por aproximadamente 12% do mercado nacional, constituindo um dos maiores grupos empresariais do setor energético brasileiro. Além de Minas Gerais, ela atua em mais de 15 estados no Brasil e também no Chile, sendo o parque gerador da empresa composto por 64 usinas hidrelétricas, térmicas e eólicas (CEMIG, 2010).

Além de ser considerada uma empresa padrão no setor de energia elétrica e referência no Brasil, a CEMIG encontra-se há nove anos no Índice Dow Jones de Sustentabilidade, sendo a única empresa do setor energético da América Latina a fazer parte desse índice internacional. No Brasil integra o programa ‘Em Boa Companhia’ da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa).

A CEMIG promove projetos como os programas Luz para Todos, Clarear e Conviver e segue uma política de patrocínios que define claramente as diretrizes que orientam seu investimento nos campos da cultura, esporte e apoio a instituições sociais. Em 2000, a CEMIG criou o projeto Ações Sociais Integradas – ASIN para sistematizar e incentivar o trabalho voluntário dos seus empregados. As ações do projeto visam orientar, capacitar e integrar voluntários com o objetivo de ampliar o alcance de iniciativas existentes que contribuem para a melhoria de qualidade de vida das comunidades atendidas. Com o intuito de preparar uma sociedade justa, o projeto prioriza a educação,

RESULTADO DO VALOR INVESTIDO EM RELAÇÃO À RECEITA LÍQUIDA								
	2009			2008			Variação	
		% do Valor aplicado em RSE	% em relação à Receita		% do Valor aplicado em RSE	% em relação à Receita	% do Valor aplicado em RSE	% em relação à Receita
<b>RECEITA LÍQUIDA</b>	<b>11.705.083</b>			<b>10.890.319,00</b>				
<b>Indicadores Sociais Internos</b>								
Alimentação	74.055,00	0,942%	0,633%	71.662,00	0,911%	0,658%	0,03%	-0,025%
Encargos Sociais e Compulsórios	236.536,00	3,010%	2,021%	255.475,00	3,247%	2,346%	-0,24%	-0,325%
Previdência Privada	149.386,00	1,901%	1,276%	264.219,00	3,358%	2,426%	-1,46%	-1,150%
Saúde	35.173,00	0,448%	0,300%	33.012,00	0,420%	0,303%	0,03%	-0,003%
Segurança e Medicina do Trabalho	10.957,00	0,139%	0,094%	11.475,00	0,146%	0,105%	-0,01%	-0,012%
Educação	202,00	0,003%	0,002%	1.448,00	0,018%	0,013%	-0,02%	-0,012%
Cultura	926,00	0,012%	0,008%	0	0,000%	0,000%	0,01%	0,008%
Capacitação e Desenvolvimento Profissional	29.472,00	0,375%	0,252%	17.502,00	0,222%	0,161%	0,15%	0,091%
Creche ou Auxílio-creche	1.767,00	0,022%	0,015%	1.710,00	0,022%	0,016%	0,00%	-0,001%
Participação nos Lucros ou Resultados	238.554,00	3,036%	2,038%	370.350,00	4,707%	3,401%	-1,67%	-1,363%
Outros	15.799,00	0,201%	0,135%	14.980,00	0,190%	0,138%	0,01%	-0,003%
<b>Total – Indicadores Sociais Internos</b>	<b>792.827,00</b>			<b>1.041.833,00</b>				
<b>Indicadores Sociais Externos</b>								
Educação	2.805,00	0,036%	0,024%	2.369,00	0,030%	0,022%	0,01%	0,002%
Cultura	28.588,00	0,364%	0,244%	30.974,00	0,394%	0,284%	-0,03%	-0,040%
Outras Doações / Subvenções / Projeto Asin	13.972,00	0,178%	0,119%	12.118,00	0,154%	0,111%	0,02%	0,008%
Tributos (Excluídos Encargos Sociais)	6.928.957,00	88,183%	59,196%	6.709.892,00	85,283%	61,613%	2,90%	-2,417%
<b>Total – Indicadores Sociais Externos</b>	<b>6.974.322,00</b>			<b>6.755.353,00</b>				
<b>Indicadores Ambientais</b>								
Investimentos relacionados com produção / operação da empresa	90.322,00	1,150%	0,772%	70.566,00	0,897%	0,648%	0,25%	0,124%
<b>Total – Indicadores Ambientais</b>	<b>90.322,00</b>			<b>70.566,00</b>				
<b>Total de aplicações em RSE</b>	<b>7.857.471,00</b>	<b>100,000%</b>	<b>67,129%</b>	<b>7.867.752,00</b>	<b>100,000%</b>	<b>72,245%</b>		<b>-5,117%</b>

Quadro 2 – Resultado do valor investido em relação à Receita Líquida.

Fonte: autoras.

bem como o desenvolvimento social, visando a sustentabilidade, meio ambiente e ação comunitária.

O Quadro 2 apresenta comparativo dos valores destinados a ações de Responsabilidade Social Empresarial em relação ao valor total investido e à receita líquida dos períodos analisados. Depois, apresenta comparativo com os percentuais obtidos entre o ano de 2008 e 2009.

Verifica-se que do ano de 2008 para 2009 houve uma redução de 5,117% do valor investido em ações de Responsabilidade Social Empresarial em relação à Receita Líquida. Os Indicadores Sociais Internos que apresentaram redução foram: alimentação (0,025%); encargos sociais e compulsórios (0,325%); previdência privada (1,150%); saúde (0,003%); segurança e medicina do trabalho (0,012%); educação (0,012%); creche ou auxílio-creche (0,001%); participação nos lucros ou resultados (1,363%); outros (0,003%). Já os Indicadores Sociais Ex-

ternos que apresentaram redução foram: cultura (0,040%) e tributos, excluídos encargos sociais, (2,417%).

Os Indicadores Sociais Internos que apresentaram aumento foram: cultura (0,008%); capacitação e desenvolvimento profissional (0,091%). Quanto aos Indicadores Sociais Externos que apresentaram elevação foram educação (0,002%) e outras doações; subvenções; Projeto Asin (0,008%). O Indicador Social Ambiental teve um aumento de 0,124%.

Aparentemente, os percentuais apresentados são pequenos, porém não devem ser analisados isoladamente. A companhia, no ano de 2008, investiu 72,25% da sua Receita Líquida, o equivalente a R\$ 7.867.752; no ano de 2009, o investimento representou 67,13%, em valores monetários, R\$ 7.857.471.

No mesmo período a Receita Líquida alcançou um aumento de 7,48%, R\$ 10.890.319; em 2009, foi para R\$ 11.705.083. Entretanto, os valores aplicados em ações que caracterizam RSE não

foram proporcionais a esse aumento de receita.

A companhia no mesmo período apresentou uma redução de resultado do exercício: em 2008, representava 17,33% e, em 2009, passou a representar 15,90%, fato que pode ser a justificativa para a redução do valor investido em ações de RSE.

## 5 CONCLUSÃO

O trabalho teve como propósito analisar o grau de comprometimento de ações de responsabilidade social da Companhia Energética de Minas Gerais – CEMIG tendo como parâmetro seu valor patrimonial. Pode-se constatar que a empresa realiza vários tipos de ações que caracterizam responsabilidade social, tais como: Luz para Todos, Clarear e Conviver, Ações Sociais Integradas (ASIN), sendo este último o de maior importância no que tange ao valor de investimento.

Analisando o levantamento, observou-se que a CEMIG tem contribuído com o social, embora apresentando, no ano de 2009, uma redução nos valores aplicados em ações de RSE comparados ao ano de 2008.

Verificou-se, ainda, que no ano de 2009 a CEMIG registrou um aumento na receita líquida de 7,48% em comparação ao ano de 2008. E mesmo assim, o valor aplicado foi menor que no ano anterior, considerando a proporcionalidade entre valor investido e receita obtida no período.

Apurou-se que os itens que compõem os Indicadores Sociais Internos mais relevantes foram: cultura e capacitação e desenvolvimento profissional, isto é, são os que obtiveram aumento nos valores investidos.

Quanto aos Indicadores Sociais Externos, merecem destaque a educação e outras doações/subvenções/projeto ASIN, que apresentaram aumento de investimento. O indicador ambiental também obteve elevação no valor investido.



**Ana Carolina Silva Rocha**  
Bacharel em Ciências Contábeis  
pelo Unileste/MG



**Elisabete Marinho Serra Negra**  
Doutoranda em Administração pela Universidade Nacional de Rosário.  
Mestre em Contabilidade pela Fundação Visconde de Cairu.  
Professora do UnilesteMG.  
Membro da Academia Mineira de Ciências Contábeis.

## REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS – ABNT. **NBR 16001 – Responsabilidade Social – Sistema da Gestão – Requisito**. Brasil. 2004.
- CEMIG. **Quem somos**. Disponível em <<http://www.cemig.com.br/>>. Acesso em: 12 set. 2010.
- \_\_\_\_\_. **Relatório Anual 2008**. Disponível em <[http://cemig.infoinvest.com.br/relatorios\\_anuais/2008/index.html](http://cemig.infoinvest.com.br/relatorios_anuais/2008/index.html)>. Acesso em: 10 nov. 2010.
- \_\_\_\_\_. **Relatório Anual 2009**. Disponível em <[http://cemig.infoinvest.com.br/relatorios\\_anuais/2009/index.html](http://cemig.infoinvest.com.br/relatorios_anuais/2009/index.html)>. Acesso em: 10 nov. 2010.
- \_\_\_\_\_. **Relatório de Sustentabilidade de 2008**. Disponível em <<http://cemig.infoinvest.com.br/static/ptb/arquivos/Relatorio%20de%20Sustentabilidade%202008.pdf>>. Acessado em: 10 nov. 2010.
- \_\_\_\_\_. **Relatório de Sustentabilidade de 2009**. Disponível em: <[http://www.cemig.com.br/cemig2008/content/sustentabilidade/Relatorio\\_Sustentabilidade\\_2009.pdf](http://www.cemig.com.br/cemig2008/content/sustentabilidade/Relatorio_Sustentabilidade_2009.pdf)>. Acesso em: 10 nov. 2010.
- FRIEDMAN, Milton. **Capitalismo e liberdade**. São Paulo: Atlas, 1997.
- GLOBAL. **Pacto. Pacto Global Rede Brasileira**. Disponível em <<http://www.pactoglobal.org.br/dezPrincipios.aspx>>. Acesso em: 10 nov. 2010.
- GOLDSTEIN, Ilana. **Responsabilidade social: das grandes corporações ao terceiro setor**. São Paulo: Ática, 2007.
- INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. **A Ética nas Organizações**. São Paulo. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/>>. Acesso em: 3 dez. 2009.
- \_\_\_\_\_. **O que fazemos**. Disponível em: <[http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/1434/o\\_instituto\\_ethos/o\\_que\\_fazemos/o\\_que\\_fazemos.aspx](http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/pt/1434/o_instituto_ethos/o_que_fazemos/o_que_fazemos.aspx)>. Acesso em: 10 nov. 2010.
- \_\_\_\_\_. **Temas e Indicadores**. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/docs/conceitos%5Fpraticas/indicadores/temas/>>. Acesso em: 10 maio 2008.
- KARKOTLI, Gilson; ARAGÃO, Sueli Duarte. **Responsabilidade social: uma contribuição à gestão transformadora das organizações**. Petrópolis: Vozes, 2004.
- KROETZ, César Eduardo Stevens. **Balanco Social**. Teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2003.
- MATOS, Jaime. **Ordem dos revisores oficiais de contas**. Nº. 31, outubro a dezembro de 2005. Disponível em: <[http://www.oroc.pt/revista/detalhe\\_artigo.php?id=53](http://www.oroc.pt/revista/detalhe_artigo.php?id=53)>. Acesso em: 8 out. 2010.
- MELO NETO, Francisco P. de; FROES, César. **Gestão da responsabilidade social corporativa: o caso brasileiro**. 2. ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2004.
- MONTANA, Patrick J.; CHARNOV, Bruce H. **Administração**. São Paulo: Saraiva, 2003.
- TENÓRIO, Fernando Guilherme. **Responsabilidade social empresarial: teoria e prática**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- VIEIRA, Maria das Graças. **O Balanço Social e a Contabilidade – o novo paradigma da empresa-cidadã**. **Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul**, Porto Alegre, 2006.