

INDICADORES DE RSC GARANTEM AÇÕES DE RSC?

Um Estudo Sobre Companhias de Distribuição de Energia Elétrica no Brasil

Aluno: Rodrigo Pina Viegas Louro

Orientador: Mario Pinto

Introdução

Caminhamos como uma sociedade em direção da valorização de empresas cidadãs. Em prol da manutenção da imagem da organização, é exigido cada vez mais rigor nas leis de proteção ambiental, do trabalho e dos acionistas, além de um discurso por um comportamento ético no relacionamento entre empresas e fornecedores ou parceiros. Em outros termos, faz-se presente um maior comprometimento dos empresários e suas companhias com seus stakeholders, não obstante sem termos clareza se em nível de retórica ou de práxis. Futuramente, espera-se que o desempenho social de uma empresa terá alto grau de influência no processo de compra por parte do consumidor, como já ocorre em alguns mercados, o que explica o esforço de importantes conglomerados na busca, desde já, pela consolidação de suas imagens de “boas cidadãs”.

Há diversos caminhos para a construção desta imagem. Um dos caminhos é por intermédio da associação da empresa com organizações não-governamentais que promovam, certifiquem ou estabeleçam padrões para o comportamento socialmente responsável. Estas podem então usar o nome, marca ou selo da ONG em suas comunicações públicas. Empresas que adotam este tipo de caminho até podem ter atitudes socialmente responsáveis, mas somente as empresas que adotarem a filosofia da responsabilidade social em todos os seus processos, observando como cada uma de suas ações afeta seus stakeholders e inserindo o tema em seu planejamento estratégico, merecem ser chamadas empresas cidadãs.

Objetivo

O objetivo desta pesquisa foi analisar se empresas que buscam se associar às redes que promovem a responsabilidade social e que recebem selos e certificações, realmente apresentam um desempenho social elevado, e se devem ser consideradas empresas socialmente responsáveis. Em decorrência desta primeira análise, será possível entender, posteriormente, se a estrutura da organização socialmente responsável carrega diferenças significativas daquela sem tal classificação.

A Responsabilidade Social Corporativa

A discussão do papel social da empresa já vindo sendo discutido desde a década de 50. Porém, como a RSC é um conceito muito amplo não há uma definição universalmente aceita. A autora Kreitlon apresenta um histórico da evolução do conceito de RSC e sugere como possível definição para o RSC, “o processo através do qual uma empresa promove, por meio do diálogo e da participação democráticos, a inclusão dos diversos grupos de interesses legítimos que se encontram sob sua esfera de influência, tendo por objetivo a formulação de estratégias e políticas organizacionais coerentes com esses interesses” [1].

Outros autores, como Strong et al. [2], consideram apenas três principais grupos de stakeholders (acionistas, empregados e clientes) e sua satisfação. Mas outra linha de autores, como Wilson, sugere que os gerentes têm obrigações éticas com a sociedade, e portanto, devem levar outros stakeholders, e não apenas os acionistas, em consideração no processo de

tomada de decisão. Ainda nesta linha há autores como Carroll que reconhece a dimensão filantrópica da responsabilidade empresarial, e Mohr que aponta o compromisso de uma empresa em reduzir ou eliminar os malefícios para a sociedade causados por sua operação e maximar seus benefícios no longo prazo.

A influência da RSC no desempenho financeiro de uma empresa também já foi estudado por diversos especialistas. Desde a década de 70 já se é estudado este tema, com conclusões ambíguas e distintas. Mas um importante estudo de Verschoor [3], identificou uma forte tendência de performance financeira alinhada ao comprometimento com a conduta ética. Outros autores, como Hillman e Keim ou Orlitzky, também encontraram resultados similares.

Metodologia

Tipo de pesquisa

A pesquisa foi do tipo exploratória e descritiva, utilizando-se de investigação de campo e bibliográfica como meio para a busca de dados.

Universo e Amostra

A pesquisa iniciou-se pela procura de certificações, normas e padrões de responsabilidade social. Das várias encontradas foram selecionadas três, por franquearem ao público sua base de dados com informações dos membros participantes. As três categorias escolhidas foram: empresas que assinaram e participam do Pacto Global das Nações Unidas, empresas associadas ao Instituto Ethos e empresas que receberam o Selo Balanço Social Ibase/Betinho 2004. Para o primeiro grupo haveria ainda uma subcategoria para retratar se houve algum esforço em atingir as metas do Pacto, conforme orientação da própria ONU neste sentido. Foram, então, selecionadas apenas aquelas empresas que atenderam ao assim chamado Communication on Progress (comunicado do progresso), isto é, aquelas organizações que caminharam no sentido da RSC e publicaram seus esforços.

Dado que o escopo do trabalho envolve somente as empresas brasileiras, as organizações estrangeiras presentes na base de dados do Pacto Global foram ignoradas. Foi então feito um mapeamento de todas as empresas com alguma associação a ONGs de responsabilidade social, para posterior cruzamento de informações das bases de dados. Essa base de dados conjunta foi analisada e foram encontradas cinco empresas que participavam de todas as categorias, inclusive a subcategoria de participação no Pacto Global:

1. Banco do Brasil
2. Samarco Mineração S.A.
3. Companhia Paranaense de Energia (COPEL)
4. Petrobrás
5. Grupo Pão de Açúcar

Por motivos de tempo e de recursos, foi escolhido o setor de empresas de distribuição de energia elétrica para ser elaborada a comparação do desempenho social e econômico. O pressuposto a ser verificado foi que a Companhia Paranaense de Energia deveria ter o melhor desempenho social em relação a suas concorrentes em outros estados. Estas outras nove empresas foram selecionadas após o levantamento dos dados disponíveis de todas as empresas de distribuição elétrica. A grande maioria das empresas começou a publicar o Balanço Social a partir de 2002, que, portanto, seria o ano inicial da pesquisa. Estas nove empresas foram as que apresentavam os dados mais completos para os anos 2002, 2003 e 2004.

Coleta e Tratamento dos Dados

Os dados coletados na primeira etapa foram da participação e associação das empresas com organizações que promovem a Responsabilidade Social, para o mapeamento das

empresas que se dizem socialmente responsáveis no Brasil. Na segunda etapa foram coletados dados do Balanço Social Anual, para se elaborar a comparação entre as empresas do setor escolhido.

Os dados foram coletados principalmente dos sites das agências responsáveis (Nações Unidas, Pacto Global e Ibase) e também dos sites das empresas pesquisadas. Alguns dados que foram encontrados no site do Ibase eram conflitantes com os dados encontrados nos sites das empresas pesquisadas, e então os dados das próprias empresas foram aceitos como válidos. Como os balanços geralmente são disponibilizados com os dados do ano anterior, para comparação houve casos em que havia dados diferentes da mesma fonte. Nesse caso os dados mais atuais foram adotados. Foi também tentado o contato pessoal, que resultou em insucesso.

Limitação do Método

Outras dimensões não puderam ser avaliadas, tais como a satisfação dos clientes e funcionários e a imagem da empresa. A pesquisa ficou totalmente dependente das informações apresentadas pelas empresas, visto que inexistem auditorias independentes nesta área.

Delimitação da Pesquisa

Para efeito de avaliação da realidade de um posicionamento socialmente responsável foram utilizados os seguintes parâmetros:

- Receita Líquida
- Resultado Operacional
- Resultado Operacional Percentual (Resultado Operacional / Receita Líquida)
- Indicadores Sociais Internos
 - Valor Bruto
 - Percentual da Folha de Pagamento Bruta
 - Percentual da Receita Líquida
- Total de Contribuições para a Sociedade
 - Valor Bruto
 - Percentual do Resultado Operacional
 - Percentual da Receita Líquida
- Investimentos no Meio Ambiente
 - Valor Bruto
 - Percentual do Resultado Operacional
 - Percentual da Receita Líquida
- Número de Acidentes no Trabalho
- Número de Reclamações Totais

Descrição e Análise

Mapeamento das empresas socialmente responsáveis

Na primeira etapa da pesquisa, a de mapeamento das empresas socialmente responsáveis no Brasil, foi descoberto que empresas que têm sede no Sudeste do Brasil representam setenta e cinco por cento do total. De acordo com as três bases de dados pesquisadas, existem 1102 empresas em todo o Brasil que são afiliadas a algum tipo de entidade relacionada a RSC. A região Norte é a que apresenta o menor índice de empresas socialmente responsáveis, com apenas 2% do total.

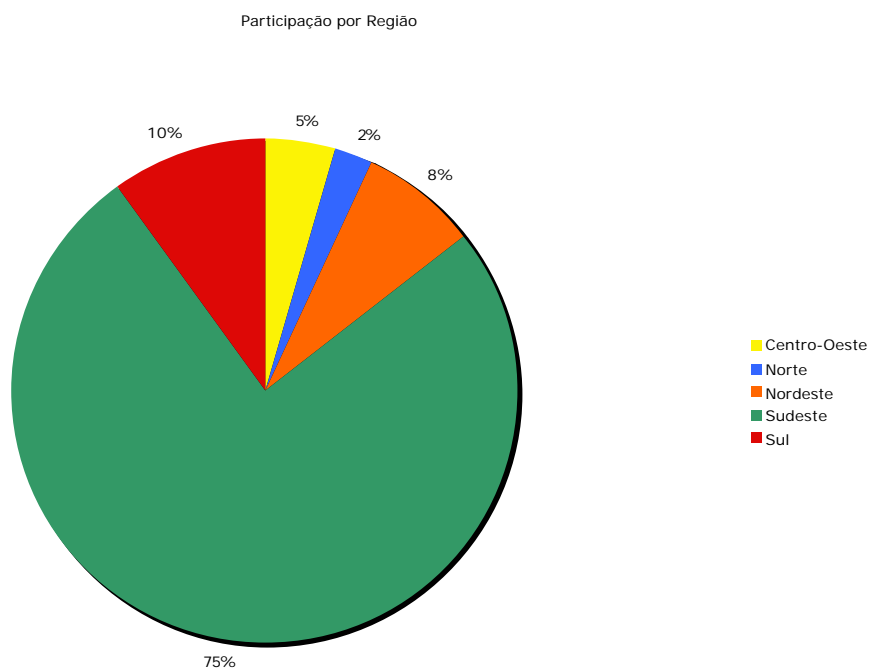


Gráfico 1 - Distribuição de empresas socialmente responsáveis pelas regiões brasileiras

Quando categorizado por estados, São Paulo representa mais da metade das empresas socialmente responsáveis. O Rio de Janeiro aparece em segundo lugar, com 12% do total. Os estados Acre e Roráima não apresentam nenhuma empresa. Amapá, Paraíba e Rondônia tem apenas uma empresa cada que se associou a alguma destas organizações pesquisadas.

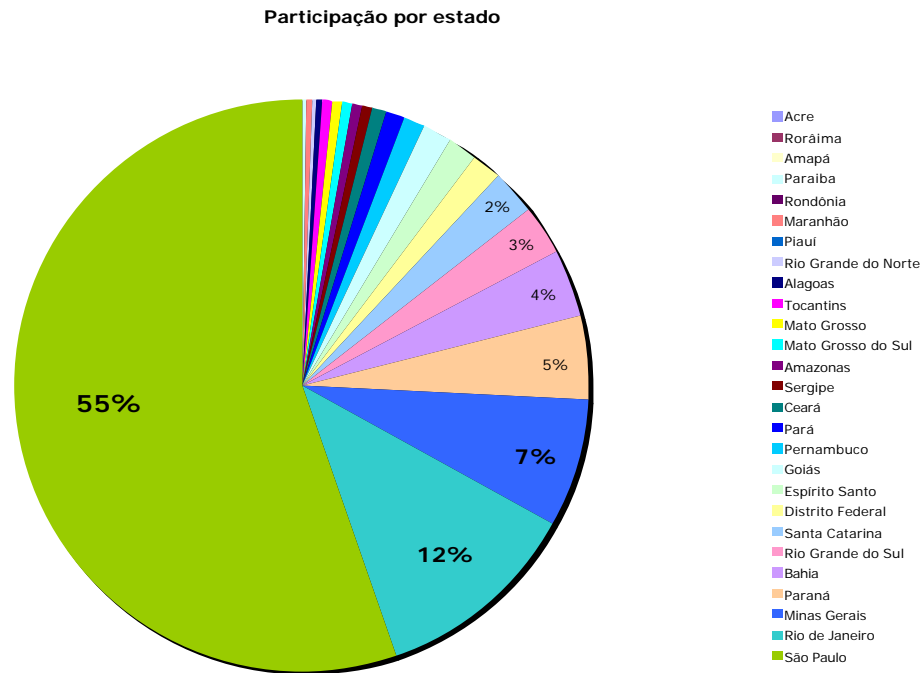


Gráfico 2 - Distribuição de empresas socialmente responsáveis por estado

Como dito anteriormente, somente cinco empresas estavam associadas às três entidades: Banco do Brasil, Samarco Mineração S.A., Companhia Paraense de Energia, Petrobrás e Grupo Pão de Açúcar. Como o objetivo da análise seria o setor de distribuição de energia elétrica foram garimpados dados de todas as empresas deste ramo no Brasil. As empresas escolhidas para a efetiva comparação com a COPEL foram:

1. Companhia Energética de Minas Gerais – CEMIG
2. Companhia Paulista de Força e Luz – CPFL
3. Companhia de Eletricidade do Estado da Bahia – COELBA
4. Companhia de Eletricidade do Rio de Janeiro – AMPLA
5. Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A. – CELESC
6. Companhia Energética de Pernambuco – CELPE
7. Companhia Energética de Goiás – CELG
8. Companhia Energética do Ceará – COELCE
9. LIGHT Serviços de Eletricidade S.A.

Essas empresas foram escolhidas devido a disponibilidade de informações do Balanço Social de 2002, 2003 e 2004.

Análise de Responsabilidade Social no Setor de Distribuição de Energia

	Receita Líquida			Resultado Operacional			Resultado Operacional %		
	2002	2003	2004	2002	2003	2004	2002	2003	2004
COPEL	2.668.551	3.094.298	3.925.774	(133.363)	301.361	600.182	-5,00%	9,16%	15,29%
CELESC	1.747.863	2.139.020	2.644.660	(388.061)	219.254	191.821	-22,20%	10,25%	7,25%
COELBA	1.443.692	1.781.053	2.065.672	64.668	135.151	252.656	4,48%	7,59%	12,23%
AMPLA	1.301.378	1.538.346	1.760.585	38.802	(16.011)	246.619	2,98%	-1,04%	14,01%
CELG	923.258	1.157.740	1.493.224	(424.773)	308.372	64.596	-46,01%	26,64%	4,33%
CEMIG	4.881.966	5.239.039	6.707.407	504.980	1.194.070	1.616.976	10,34%	22,79%	24,11%
CELPE	959.843	1.185.491	1.397.925	24.089	56.075	101.765	2,51%	4,73%	7,28%
COELCE	915.941	1.029.656	1.334.283	64.030	62.889	32.659	6,99%	6,11%	2,45%
CPFL	3.305.330	6.057.069	6.736.253	(696.063)	(198.365)	584.244	-14,75%	-3,27%	8,67%
LIGHT	3.648.689	3.780.084	4.083.363	(926.113)	(417.804)	25.254	-25,38%	-11,04%	0,62%

Tabela 1 - Receita líquida e Resultado operacional (R\$ mil)

A COPEL apresenta um histórico de crescimento de sua receita líquida e do seu resultado operacional, que passou de um valor negativo de R\$133.363.000 em 2002 para um valor positivo de mais de R\$600 milhões em 2004. Sua receita líquida gradualmente aumentou, assim como o percentual do resultado operacional sobre este. No quadro geral, as empresas aumentaram suas receitas líquidas, assim como seus resultados operacionais. Apenas a COELCE, empresa de distribuição do estado do Ceará, apresentou queda constante do resultado operacional, de R\$64 milhões para R\$32 milhões. Outras duas empresas, CELESC e CELG, apresentaram queda de resultado operacional de 2003 para 2004.

A CPFL foi a empresa com a maior receita líquida em 2004, R\$6,74 bilhões, e a COELCE é teve o menor valor, R\$1,33 bilhões. A COPEL ficou acima da média de 2004 (R\$3,2 bilhões), com uma receita líquida de quase R\$4 bilhões. A CEMIG, segunda maior empresa em receita líquida no ano de 2004, apresenta o maior percentual de resultado operacional sobre receita líquida no mesmo ano, no patamar de 24,11%, quase dez por cento a mais que a segunda colocada, a própria COPEL com 15,29%. O menor percentual foi o da empresa carioca, Light, de 0,62%.

Das empresas analisadas pela pesquisa, a Companhia Paranaense de Energia se destaca como a quarta maior, tanto em termos de receita líquida quanto em número de consumidores. E apresenta o segundo maior resultado operacional (R\$ 600 milhões). Isso mostra um ótimo desempenho da empresa em transformar seus ativos em resultados.

	2002	2003	2004
COMPANHIA PARANAENSE DE ENERGIA - COPEL	484.197	540.727	633.561
CENTRAIS ELÉTRICAS DE SANTA CATARINA S.A. - CELESC	651.533	250.334	316.246
COMPANHIA DE ELETRICIDADE DO ESTADO DA BAHIA - COELBA	155.864	176.511	204.328
COMPANHIA DE ELETRICIDADE DO RIO DE JANEIRO - AMPLA		91.781	95.990
COMPANHIA ENERGÉTICA DE GOIÁS - CELG	119.408	147.579	162.609
COMPANHIA ENERGÉTICA DE MINAS GERAIS - CEMIG	559.219	638.460	784.511
COMPANHIA ENERGÉTICA DE PERNAMBUCO - CELPE	43.208	49.577	61.853
COMPANHIA ENERGÉTICA DO CEARÁ - COELCE	90.705	97.795	102.447
COMPANHIA PAULISTA DE FORÇA E LUZ - CPFL	124.408	147.302	159.836
LIGHT SERVIÇOS DE ELETRICIDADE S.A.	262.126	215.409	214.534

Tabela 2 - Folha de pagamento bruta (R\$ mil)

No quesito folha de pagamento bruta observou-se basicamente dois tipos de cenários: empresas cortando custos com a folha de pagamento (CELESC e Light) e as empresas com custos ascendentes. A empresa com a maior folha de pagamento bruta em 2004 foi a CEMIG com R\$ 784,51 milhões, e o menor valor foi o da CELPE R\$61,85 milhões. A folha bruta de

pagamento média do ano de 2004 foi de R\$273,59 milhões, e a COPEL, portanto teve custos bem acima deste valor.

Apesar do bom desempenho do resultado operacional da COPEL, a empresa possui a segunda maior folha bruta de pagamento e a segunda maior força de trabalho, apesar de ser apenas a quarta maior do ramo. A empresa mineira CEMIG, desponta como a maior empresa em termos de consumidores e resultado operacional, apesar de ter a segunda maior receita líquida. Esta empresa também conta com o maior número de funcionários e a maior folha bruta de pagamento.

Nome	Indicadores Sociais Internos			% /FPB			% /RL		
	2002	2003	2004	2002	2003	2004	2002	2003	2004
COPEL	211.203	257.151	322.725	43,62%	47,56%	50,94%	7,91%	8,31%	8,22%
CELESC	145.799	96.789	105.191	22,38%	38,66%	33,26%	8,34%	4,52%	3,98%
COELBA	63.168	61.563	81.348	40,53%	34,88%	39,81%	4,38%	3,46%	3,94%
AMPLA		39.193	42.261		42,70%	44,03%		2,55%	2,40%
CELG	47.154	46.365	73.296	39,49%	31,42%	45,07%	5,11%	4,00%	4,91%
CEMIG	401.781	419.125	501.666	71,85%	65,65%	63,95%	8,23%	8,00%	7,48%
CELPE	34.698	47.700	45.554	80,30%	96,21%	73,65%	3,61%	4,02%	3,26%
COELCE	41.848	47.413	46.746	46,14%	32,13%	28,75%	4,57%	4,60%	3,50%
CPFL	130.623	162.420	182.054	105,00%	110,26%	113,90%	3,95%	2,68%	2,70%
LIGHT	109.006	84.445	95.778	41,59%	39,20%	44,64%	2,99%	2,23%	2,35%

Tabela 3 - Indicadores sociais internos (R\$ mil)

Os indicadores sociais internos são a segunda categoria do Balanço Social do IBASE, e incluem gastos da empresa com alimentação, encargos sociais compulsórios, previdência privada, saúde, segurança e medicina no trabalho, educação, cultura, capacitação e desenvolvimento profissional, creches ou auxílio-creche e participação nos lucros ou resultados. Esta categoria também inclui um item denominado Outros, que podem incluir benefícios como seguros (parcela paga pela empresa), empréstimos, gastos com atividades recreativas, transportes, moradia e qualquer outro benefício oferecidos a força de trabalho da empresa.

Nesta categoria, a empresa com o maior valor de 2004 foi a CEMIG, com mais de R\$500 milhões gastos em benefícios para seus empregados. Todas as empresas, menos a CELESC e a Light, declararam valores crescentes entre 2002 e 2004. A COELCE teve um aumento de 2002 para 2003, porém queda de 2003 para 2004, e a Light declarou valores abaixo do valor de 2002 para 2003 e 2004, apesar de haver aumento de 2003 para 2004. Essas são as mesmas empresas que cortaram custos com a folha de pagamento bruta de 2002 para 2004. A COPEL apresentou um indicador social interno de R\$322,73 milhões em 2004, acima da média de R\$149,66 milhões.

A CPFL apresentou o maior percentual de Indicadores Sociais Internos sobre a Folha de Pagamento Bruta, 113,9%, porém um percentual sobre a Receita líquida de 2,70%, menor do que a média de 4,27%. Isso é explicado pela folha de pagamento bruta relativamente pequena para a empresa, que teve a maior receita líquida em 2004 e tem o quinto maior número de clientes.

A COPEL teve o maior percentual de indicadores sociais internos sobre a receita líquida, 8,22%, em 2004, e um percentual sobre FBP próxima a média, 50,94%. Em termos da variação dos percentuais observamos que não há um padrão geral, já que há aumentos em alguns anos e quedas entre outros. No caso da COPEL, observamos crescimento do percentual sobre FBP e manutenção do percentual sobre receita líquida no valor de 8%. Neste indicador a CEMIG e a COPEL apresentaram um desempenho melhor que o da média.

É importante ressaltar que a COPEL, apesar de ser a quarta maior empresa, tem o segundo maior investimento bruto e o maior investimento como percentual da receita líquida

tanto em 2003 como 2004. Mas, como tem uma folha bruta de pagamento elevada, o percentual do investimento sobre este fica apenas em quarto lugar, e um pouco abaixo da média das empresas investigadas. Podemos concluir destes dados, que a COPEL tem um alto padrão de remuneração para seus funcionários e possui um alto investimento em benefícios para este grupo de stakeholders.

Nome				% /RO			% sobre RL		
	2002	2003	2004	2002	2003	2004	2002	2003	2004
COPEL	50.748	57.853	74.681	-38,05%	19,20%	12,44%	1,90%	1,87%	1,90%
CELESC	4.088	14.574	37.208	-1,05%	6,65%	19,40%	0,23%	0,68%	1,41%
COELBA	2.486	22.155	56.492	3,84%	16,39%	22,36%	0,17%	1,24%	2,73%
AMPLA		7.600	31.064		-47,47%	12,60%		0,49%	1,76%
CELG	0	2.504	4.420	0,00%	0,81%	6,84%	0,00%	0,22%	0,30%
CEMIG	18.448	23.690	24.731	3,65%	1,98%	1,53%	0,38%	0,45%	0,37%
CELPE	1.408	5.235	38.654	5,84%	9,34%	37,98%	0,15%	0,44%	2,77%
COELCE	72.944	36.553	62.032	113,92%	58,12%	189,94%	7,96%	3,55%	4,65%
CPFL	1.708	4.684	6.308	-0,25%	-2,36%	1,08%	0,05%	0,08%	0,09%
LIGHT	9.062	9.841	10.554	-0,98%	-2,36%	41,79%	0,25%	0,26%	0,26%

Tabela 4 - Total das contribuições para a Sociedade

Segundo o modelo de 2004 Balanço Social do iBase [4], o total das contribuições para a Sociedade é o somatório dos investimentos da empresa na comunidade, em atividades como educação, cultura, saúde, saneamento, esporte, combate a fome e segurança alimentar.

Em 2004, a COPEL apresentou o maior valor bruto de contribuição para a Sociedade (R\$74,681 milhões), mas não é o maior valor sobre o resultado operacional ou a receita líquida, cujos maiores valores são da COELCE. Porém, seu valor de contribuição sobre a receita líquida foi acima da média em 2004.

É possível observar um padrão de crescimento do investimento bruto por todas as empresas, menos pela COELCE, cujo maior valor foi em 2002. Apesar desta queda de 2002 para 2003, a empresa se manteve nos três anos como a empresa com maior investimento percentual de sua receita líquida e resultado operacional. Portanto, podemos apontar a COELCE como uma forte investidora na sua comunidade, apesar de um desempenho não tão brilhante em relação aos seus funcionários.

Mas podemos novamente observar que a COPEL manteve seus investimentos percentuais da sua receita líquida próxima do patamar de 1,9%, assim como a Light manteve próximo de 0,26%. Todas as outras empresas apresentam fluxos no investimento.

À primeira vista, parece que a COPEL tem um bom desempenho no quesito de Contribuições para a Sociedade, pois teve o maior valor bruto de investimento em 2003 e 2004. Porém, quando estes valores são relacionados ao seu resultado operacional e receita líquida, o desempenho não impressiona. No valor percentual do resultado operacional em 2004, a empresa tem apenas o sétimo maior investimento, com um valor bem abaixo da média. E como percentual da receita líquida a empresa tem o quarto maior investimento, ficando apenas acima da média.

Nome	Investimentos em Meio Ambiente			% /RO			% sobre RL		
	2002	2003	2004	2002	2003	2004	2002	2003	2004
COPEL	11.027	15.886	19.145	-8,27%	5,27%	3,19%	0,41%	0,51%	0,49%
CELESC	2.170	2.873	17.407	-0,56%	1,31%	9,07%	0,12%	0,13%	0,66%
COELBA	10.268	8.470	8.024	15,88%	6,27%	3,18%	0,71%	0,48%	0,39%
AMPLA		4.109	7.309		-25,66%	2,96%		0,27%	0,42%
CELG	46.129	18.420	23.872	-10,86%	5,97%	36,96%	5,00%	1,59%	1,60%
CEMIG	26.000	42.000	141.700	5,15%	3,52%	8,76%	0,53%	0,80%	2,11%
CELPE	50.060	45.086	72.470	207,81%	80,40%	71,21%	5,22%	3,80%	5,18%
COELCE	2.985	4.214	3.021	4,66%	6,70%	9,25%	0,33%	0,41%	0,23%
CPFL	3.612	28.174	36.671	-0,52%	-14,20%	6,28%	0,11%	0,47%	0,54%
LIGHT	5.019	3.625	3.625	-0,54%	-0,87%	14,35%	0,14%	0,10%	0,09%

Tabela 5 – Investimentos em Meio Ambiente

A terceira categoria de indicadores do Balanço Social é o ambiental. Para esta categoria foi analisado o total de investimentos em meio ambiente, que inclui investimentos relacionados com a produção da empresa e investimento em programas e projetos externos. A CEMIG se destaca como a maior investidora em meio ambiente no ano de 2004, com mais de R\$141 milhões investidos. Um valor altíssimo comparado com outras empresas, que é aproximadamente o dobro do segundo maior investimento, R\$72 milhões pela CELPE. A COPEL, em comparação, investiu apenas R\$19 milhões. A média percentual de investimento em 2004 sobre o Resultado Operacional foi de 16,52% e sobre a Receita Líquida de 1,17%. A COPEL ficou bem abaixo das duas médias.

A CELPE é a empresa com o maior investimento como percentual da receita líquida, com mais de 5% investido no meio ambiente. A seguir vem a CEMIG e a CELG. Todas as outras empresas apresentam valores abaixo de 1%.

O fluxo de investimentos em meio ambiente foi bem instável, com empresas aumentando seus investimentos ano a ano, e outras em ritmo decrescente. A COPEL apresenta um crescimento de 2002 para 2004, porém esse investimento permanece estável em 0,5% quando observado como percentual da sua receita líquida.

No investimento em Meio Ambiente é onde a COPEL tem seu pior desempenho. Todos seus valores, brutos e percentuais, estão abaixo da média das empresas pesquisadas. A empresa teve apenas o quinto maior investimento bruto, o oitavo maior valor de investimento sobre o resultado operacional e o sexto valor de investimento sobre sua receita líquida, em 2004.

Nome	# de acidentes de trabalho			Nº de empregados(as)	Acidentes/Empregados
	2002	2003	2004	2004	2004
COPEL	114	150	166	6.807	2,44%
CELESC		48	47	3.609	1,30%
COELBA	22	24	25	2.722	0,92%
AMPLA			17	1.408	1,21%
CELG		60	55	2.237	2,46%
CEMIG			186	10.668	1,74%
CELPE	49	57	44	1.755	2,51%
COELCE		22	41	1.337	3,07%
CPFL		75	67	5.517	1,21%
LIGHT			15	3.845	0,39%

Tabela 6 - Acidentes de Trabalho

Os acidentes de trabalho são parte da categoria seis do Balanço Social, Informações Relevantes. Neste, são retratados todos os acidentes registrados durante o ano, e foi a

categoria com o maior déficit de informações, apenas em 2004 todas as dez empresas reportaram seus números.

A CEMIG se destaca como a empresa com maior número absoluto de acidentes em 2004. Porém, quando analisado em relação ao seu número de empregados, o percentual não é dos mais altos, apenas 1,74%. A COELCE, por outro lado, tem apenas 1337 funcionários e reportou 41 acidentes, ou seja, 3,07% de seus funcionários se acidentaram. CELPE, CELG e COPEL completam o ranking das quatro empresas com maior número de acidentes por funcionários. A empresa carioca LIGHT apresentou o melhor desempenho neste quesito com apenas 15 acidentes por 3845 funcionários em 2004, 0,39%.

Nome	Reclamações totais	Num. Consumidores	% de Reclamações
COPEL	153.928	3.180.070	4,84%
CELESC	84.064	1.951.126	4,31%
COELBA	31.745	3.488.492	0,91%
AMPLA	220.674	2.033.557	10,85%
CELG	583.515	1.852.694	31,50%
CEMIG	nd	5.874.899	n/a
CELPE	61.169	2.362.299	2,59%
COELCE	471.904	2.230.270	21,16%
CPFL	649.412	3.093.459	20,99%
LIGHT	32.410	3.434.922	0,94%

Tabela 7 - Reclamações Totais e Percentuais 2004

O valor de reclamações totais foi computado através do somatório das reclamações na empresa, no Procon e na Justiça (dados disponíveis no Balanço Social). A empresa mais reclamada em 2004 foi a CPFL, com aproximadamente 650 mil reclamações. Porém como percentual de reclamações por consumidores, a CELG teve a pior marca, com 31,5% dos clientes insatisfeitos. Além da CPFL, outras empresas com números elevados de clientes insatisfeitos são a COELCE e a AMPLA, ambas com mais de 10% de insatisfação. A COELBA e a LIGHT apresentam o melhor desempenho nesta categoria, ambas com menos de 1% de clientes insatisfeitos. A COPEL tem desempenho mediano, com o sexto lugar em maior número de reclamações e reclamações por consumidores em 2004.

A empresa, portanto, não apresenta um desempenho social superior ao grupo de controle. Em nenhuma categoria a empresa apresenta uma performance notável, já que apesar do bom desempenho em termos de remuneração e benefícios aos funcionários a empresa tem um alto índice de acidentes de trabalho. Nas outras categorias a empresa permanece na média, ou abaixo da média, como no investimento em meio ambiente.

Nenhuma empresa se destaca com um desempenho superior em todas as categorias. Em cada categoria uma ou outra empresa se destaca, e cada empresa também tem o seu ponto fraco, e, portanto não há como definir alguma empresa como a empresa mais cidadã do grupo já que todas tem alguma coisa a melhorar.

Conclusão

Esta pesquisa se deparou com muitos elementos complicadores, o principal sendo de que há muitos componentes envolvidos na avaliação da qualidade dos esforços socialmente responsáveis de uma empresa. Cada stakeholder é um componente, e tem seu próprio método de avaliação, misturando-se objetivos quantitativos e qualitativos. Outro grande problema foi a inconsistência dos dados encontrados. Dados do Ibase eram conflitantes entre si, ou conflitantes com dados extraídos das páginas das próprias empresas. Porém, como este tema ainda requer maior consolidação teórica, tais elementos complicadores não foram surpreendentes, exatamente pelo fato de que não há uma maneira globalmente aceita de como se aferir a performance social de uma empresa.

Após a análise dos dados, pode-se concluir que não há uma performance social ou financeira superior pela COPEL. Outras empresas do mesmo ramo, tal como a CEMIG, têm um desempenho financeiro melhor, além de altos investimentos nos seus funcionários, ou a COELCE que apresenta um desempenho excelente em investimentos na sua comunidade, porém, uma performance mediana em relação aos seus funcionários. No geral, a COPEL tem um bom desempenho em todos os indicadores pesquisados, estando próximo da média da grande maioria dos indicadores. Porém, não há dados que levem à conclusão de que a Companhia Paranaense de Energia é uma empresa com desempenho social superior a suas concorrentes, apesar desta empresa tomar mais iniciativa em se associar a organizações que promovam a responsabilidade social e do seu esforço em publicar seu balanço social.

Apesar do esforço de uma empresa de se associar às redes que promovem a responsabilidade social, esta não necessariamente apresenta uma performance social elevada. O exemplo da COPEL compra esta hipótese, já que apesar desta empresa se associar a três entidades promovedoras do RSC diferentes, esta não apresenta um desempenho notável, e, portanto não pode ser claramente denominada como uma empresa socialmente responsável.

Apesar desta conclusão, é importante ressaltar que esta pesquisa não analisou todos os possíveis critérios de desempenho social, principalmente no que se trata da opinião dos stakeholders em relação à empresa. Afinal, esta pode estar investindo uma quantia considerável de dinheiro em determinado aspecto, mas a eficácia deste esforço não pode ser comprovada, visto que não foram acessados qualitativamente todos os stakeholders envolvidos. O desafio que sugere a continuidade desta pesquisa está em desenvolver um modelo de análise mais completo que, além de levar os diversos indicadores em conta, consiga analisar a performance global, consultando todos os stakeholders envolvidos.

Referencias

1 – KREITLON,

2 – STRONG, et al.

3 – VERSCHOOR,

4 - **Modelo Balanço Social 2004**. iBase. Disponível em:

http://www.balancosocial.org.br/media/BSempr_port_abr05_final.pdf Acesso em: 14 ago. 2006.

Bibliografia

ASHLEY, P. A. **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. 1 ed. São Paulo: Saraiva, 2002. 205p.

HERZOG, A. L. Perdidos num mar de opções. **Guia Exame: Boa Cidadania Corporativa 2004**. São Paulo: Abril, 2004.

Fontes utilizadas para a coleta de dados:

AMPLA Energia e Serviços S.A. (Companhia de Eletricidade do Rio de Janeiro). Disponível em: <http://www.ampla.com/>. Acesso em: 14 ago. 2006.

Base de Dados do Balanço Social do iBase. Disponível em: <http://www.balancosocial.org.br> Acesso em: 14 ago. 2006.

Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A. Disponível em: <http://www.celesc.com.br/> Acesso em: 14 ago. 2006.

Companhia de Eletricidade do Estado da Bahia. Disponível em: <http://www.coelba.com.br/> Acesso em: 14 ago. 2006.

Companhia Energética de Goiás. Disponível em: <http://www.celg.com.br/> Acesso em: 14 ago. 2006.

Companhia Energética de Minas Gerais. Disponível em: <http://www.cemig.com.br/> Acesso em: 14 ago. 2006.

Companhia Energética de Pernambuco. Disponível em: <http://www.celpe.com.br/> Acesso em: 14 ago. 2006.

Companhia Energética do Ceará. Disponível em: <http://www.coelce.com.br/> Acesso em: 14 ago. 2006.

Companhia Paranaense de Energia. Disponível em: <http://www.copel.com/> Acesso em: 14 ago. 2006.

Companhia Paulista de Força e Luz. Disponível em: <http://www.cpf.com.br/> Acesso em: 14 ago. 2006.

Dados de Mercado das Empresas Distribuidoras. Banco de Dados da ABRADÉE (Associação Brasileira de Distribuidores de Energia Elétrica). Disponível em: http://www.abradee.org.br/bd_dados.asp Acesso em: 10 fev. 2006.

Empresas Associadas. Instituto Ethos. Disponível em: http://www.ethos.org.br/sistemas/empresas_entidades/empresas_associadas/lista_geral/saibam_ais.asp Acesso em: 25 out. 2005.

LIGHT Serviços de Eletricidade S.A. Disponível em: <http://www.lightrio.com.br/> Acesso em: 14 ago. 2006.

The Global Compact in Brazil. United Nations Global Compact. Disponível em: http://www.unglobalcompact.org/NetworksAroundTheWorld/country_contact/brazil.html Acesso em: 25 out. 2005.